



**FACULTAD DE TURISMO**



**TEMA: LA TRADICION DE LA FESTIVIDAD DE LA PURISIMA COMO OFERTA TURISTICA  
EN NICARAGUA.**

**AUTOR: MACARENA LANZAS MOLINA**

**Monografía para optar al grado de  
LICENCIATURA EN TURISMO Y ADMINISTRACION HOTELERA**

**Profesor Tutor:  
LIC. WILMOR LOPEZ**

**Managua, Nicaragua, julio del 2002**

***“DEDICATORIA”***

*A Dios, por permitirme cumplir estos años de estudio y disfrutar de este triunfo junto a mi familia.*

*A mi mamá, mi hermana y mi suegra por todo su apoyo.*

*A mi esposo por todo su amor.*

*A mis hijos Giancarlo y Antonella.*

## ***AGRADECIMIENTOS***

*A las personas que amablemente me brindaron su asesoría, entrevistas y consejos.*

*Infinitas gracias.*

## **INDICE GENERAL**

### **INTRODUCCION**

### **OBJETIVOS**

### **MARCO TEORICO**

### **PAGINA**

<b>I.</b>	<b>LA TRADICION DE LA FESTIVIDAD DE LA PURISIMA EN NICARAGUA</b>	<b>1</b>
	<b>A. ANTECEDENTES HISTORICOS</b>	<b>1</b>
	1. Historia de la llegada de la Virgen del Trono.	1
	2. Fiesta nacional de La Purísima.	3
	3. Tradición cultural... Tradición religiosa	4
	<b>B. LAS COSTUMBRES</b>	<b>6</b>
	1. Forma esencial de carácter nacional	7
	1.1. Los rezos de novena.	7
	1.2. La Gritería.	8
	2. Formas accidentales de carácter regional.	10
	2.1. La virgen de Granada	10
	2.2. Las ramadas granadinas.	11
	2.3. La Romería de El Viejo y la Romería al Hato de la Virgen.	11
	2.4. Los Bailes de “Yegüita”, “Gigantona” y “Pepes” de León.	14
	2.5. Los Cantos, La Novena, la “Gorra” y las Flores.	16
	2.6. La influencia mariana en Managua.	23
	2.7. Orígen de la Gritería Chiquita en León.	23
<b>II.</b>	<b>TURISMO Y LA TRADICION DE LA FESTIVIDAD DE LA PURISIMA.</b>	<b>25</b>
	<b>A. TIPOS DE TURISMO.</b>	<b>25</b>
	1. Turismo Cultural.	26
	1.1 . El Folklore y el Turismo.	27
	1.2. Importancia de la tradición de La Purísima como parte del patrimonio cultural.	29
	2. Turismo religioso.	30

2.1.Turismo y peregrinaciones religiosas.	30
<b>III. MARCO LEGAL</b>	<b>31</b>
1. Leyes y Políticas Administrativas de los Recursos Turísticos del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR).	31
2. Ley de Incentivos para la Industria Turística.	32
2.1. Reglamento de las Operadoras de viaje.	32
3. Acuerdo Municipal en León.	33
<b>IV. LA PROMOCION TURISTICA DE NICARAGUA A TRAVES DEL INTUR.</b>	<b>35</b>
1. Definición de promoción.	34
2. Importancia del mercadeo, promoción y publicidad.	35
3. Imagen promocional de Nicaragua y sus destinos.	36
4. Funciones del INTUR.	36
5. Estrategia en los planes de promoción.	37
6. Selección de mercados y medios de ventas.	40
<b>HIPOTESIS</b>	<b>43</b>
<b>DISEÑO METODOLOGICO</b>	<b>44</b>
1. Tipo de Investigación.	44
2. Universo y Muestra.	44
3. Fuentes y Métodos de la recopilación de la información.	44
4. Técnicas de Análisis Estadísticos.	45
5. Operacionalización de las Variables.	46
<b>ANALISIS DE RESULTADOS</b>	<b>47</b>
1. Análisis Estadístico	50
2. F.O.D.A. de la tradición de la festividad La Purísima	58
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>61</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>64</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	
<b>ANEXOS</b>	

## **INTRODUCCION**

Aunque la actividad turística en nuestro país viene creciendo considerablemente desde 1990, Nicaragua no es vista como un destino turístico porque no posee todavía una oferta turística completa que la haga competitiva con otros países; no por falta de recursos sino por falta de estrategias de aprovechamiento y promoción de los mismos.

El movimiento turístico actual en Nicaragua obedece en su mayoría más o menos a razones obligadas como son los viajes de negocios, asuntos de gobierno, nicaragüenses residentes en el extranjero, una pequeña parte convenciones y seminarios y otras actividades de menor significación todavía como son los viajes de placer y vacaciones.

Conforme a los estudios de la Organización Mundial de Turismo, en la práctica pocos turistas toman vacaciones solamente relacionadas con la naturaleza o la cultura de un destino, sin embargo paulatinamente se espera el incremento del turismo que incluya naturaleza y cultura como componentes en sus vacaciones. Para acceder al mercado con estas tendencias especiales Nicaragua cuenta con atractivos y destinos suficientes como para garantizar su penetración en el turismo mundial.

Nicaragua constituye un abanico de etnias, poblaciones y costumbres, algunas mezcladas y otras prácticamente puras que le imprimen una gran riqueza y diversidad étnico-cultural, componentes básicos del turismo actual en materia de “nuevos destinos desconocidos”.

Estas tendencias del turismo motivan a investigar si las tradiciones culturales de Nicaragua, han sido incorporadas en la oferta turística de nuestro país y muy especialmente si la tradición de la festividad de La Purísima tiene potencial para ser proyectada como oferta de Nicaragua.

Es importante incrementar el turismo receptivo y para lograrlo el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR) ya está haciendo esfuerzos claros entre los que se pueden mencionar la creación del inventario de recursos turísticos de Nicaragua, que tiene por objeto servir de base para la definición del espacio turístico que sustentaría la actividad, constituyéndose en su materia prima básica sobre la cual se elaborarán los productos turísticos que deberán satisfacer la demanda receptiva y local.

Otro vehículo importante para el incremento del turismo receptivo y local son las Operadores de viajes que también hacen esfuerzos a través de la conformación de la Asociación de Turismo Receptivo (ANTUR) la cual tiene como objetivo considerar los diferentes segmentos de los mercados turísticos, sus principales motivaciones y sus orígenes para relacionarlos con los atractivos y posibles destinos de Nicaragua.

En investigaciones recientes realizadas por el INTUR se dice que actualmente el turismo mundial es más exigente y se encamina hacia una mayor valoración y preservación de los recursos culturales, religiosos, naturales e históricos; nuestro país cuenta con esos recursos que le permitiría beneficiarse de estas tendencias.

El nicaragüense tiene durante todo el año una gran cantidad de celebraciones religiosas divididas en dos categorías: las fiestas de carácter nacional, las fiestas locales y patronales.

De las fiestas religiosas nacionales tres son las que revisten mayor solemnidad y participación de la población: La Purísima, la Navidad y la Semana Santa. La tradición de la festividad de La Purísima merece una valoración especial porque es un elemento muy particular de nuestro folklore; que se debe de agregar complementariamente en los paquetes que ofertan en el mes de diciembre las Operadoras de viajes funcionando en el país, ya que actualmente no se incluye. Lo anterior redundaría en que se necesita investigar: **Por qué siendo la tradición de La Purísima una fiesta nacional no se le ha dado la promoción adecuada para ser proyectada como un atractivo turístico de Nicaragua.**

Una vez investigado el potencial de atractivo turístico de la tradición de La Purísima uno de los propósitos principales, es que el presente estudio sirva como instrumento preliminar a las instituciones del ramo para el diseño e implementación de políticas y estrategias promocionales con el objeto de lograr que esta tradición sea incorporada como un atractivo importante en el menú de la oferta turística de nuestro país.

Muestro los antecedentes históricos y costumbres de esta festividad, también incluyo los elementos culturales que integran la tradición de La Purísima como son los cantos, la novena, la “gorra” y las flores.

Otro propósito planteado dentro de esta investigación es constatar si la tradición de La Purísima es suficientemente promocionada y si existe un plan estratégico para su proyección, ya que obviamente las nuevas corrientes de promoción están dirigidas principalmente hacia el ecoturismo, pero también se considera que se deberían desarrollar otras ofertas paralelas vinculando al turista con nuevos atractivos y de esta manera, acelerar el proceso de ubicar a Nicaragua con una mejor oferta turística en el plano internacional.

Este tema es importante por la ausencia de una investigación que valore la tradición de la festividad de La Purísima como un atractivo cultural de interés para el turista. Además se pretende resaltar las fortalezas y oportunidades que tiene la tradición para promocionarse.



## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL:**

Promover las tradiciones de la festividad de La Purísima como un atractivo turístico complementario a los paquetes que ofrecen en diciembre las Tour Operadoras en las ciudades de El Viejo, Granada, Managua y León.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS:**

1. Describir los principales elementos que integran la tradición de la festividad de La Purísima en las ciudades de El Viejo, Granada, Managua y León.
2. Analizar la trascendencia sociocultural y religiosa de la tradición de la festividad de La Purísima desde el punto de vista de expertos vinculados con la historia, la Iglesia, el INTUR y las Tour Operadoras.
3. Investigar si el INTUR y las Tour Operadoras ofertan y promueven la tradición de la festividad de La Purísima en los paquetes turísticos de diciembre.

## **MARCO TEORICO**

### **I. LA TRADICION DE LA FESTIVIDAD DE LA PURISIMA EN NICARAGUA.**

El pueblo nicaragüense es uno de los más religiosos de América. La religiosidad está presente en el diario vivir; en el lenguaje cotidiano, en la recreación, en el amor, en los sueños y aspiraciones que penetra a todos los estratos sociales, hay una fe generalizada, pero no todos los grupos sociales hacen uso de ellas con los mismos fines ni de igual manera.<sup>1</sup>

#### **A. ANTECEDENTES HISTORICOS**

##### **1. Historia de la llegada de la Virgen del Trono. (López, 1997:C-6).**

Avila, mosaico de culturas, urbe de Santos, de Reyes y Conquistadores, así como monumento literario y artístico de la España Medieval y Renacentista, se encuentra enclavada en el corazón de Castilla La Vieja, y dentro de sus murallas abulenses se destaca el Monasterio de La Encarnación, lugar donde Santa Teresa de Jesús paso la mayor parte del tiempo enclaustrada, meditando junto con su director espiritual, el místico San Juan de la Cruz, en los siglos XV y XVI.

De este lugar partió hacia el Nuevo Continente, América, con destino al Perú y en busca de las inmensas riquezas de estos lugares, Don Pedro Zepeda y Ahumada, hermano de la Mística y Doctora de la Iglesia Católica, Santa Teresa de Jesús, llevando consigo un preciosísimo regalo de su hermana, la imagen de la Inmaculada Concepción de la Virgen María.

En aquellos remotos años del siglo XVI en Centro América había tomado importancia como punto de escala para los navegantes el Puerto de La Posesión conocido tiempo después como “ El Realejo” un puerto de interés bélico en tierra firme conocida, verdaderamente como un punto de apoyo logístico en la monumental cruzada para conquistar y explotar el Sur del Continente, especialmente el riquísimo y enigmático Perú.

---

<sup>1</sup> Revista de Turismo en Nicaragua. *Las Fiestas Religiosas de Nicaragua*. 1986.

Igualmente constituía un punto de referencia para los peregrinos que recorrían al Nuevo Mundo, y ahí en su peregrinar hacia el Perú desembarcó Don Pedro Zepeda de Ahumada, junto con la Imagen de la Virgen del Trono. Pero antes había llegado a tierras de Guatemala donde contrajo la “malaria”, enfermedad mortal para esa época y al no poder curarse es enviado a El Realejo y después a la Chamulpa de El Viejo cacique “Agateyte”.

Este lugar era un poblado de indios que irradiaba una fuerza centrípeta-magnética, con características profundamente religiosas, y donde habían levantado un convento los primeros Frailes Franciscanos, que vinieron a estas tierras, quienes además de sus actividades sacrosantas, practicaban la medicina, constituyendo lo que podríamos llamar el primer centro de medicinas de Centro América, donde curaban las enfermedades tropicales aplicando la medicina natural.

Después de permanecer cierto tiempo en la Chamulpa del Viejo Agateyte, intenta partir en su peregrinar hacia tierras lejanas, llevando siempre consigo a la imagen de la Virgen Santísima, saliendo del puerto de El Realejo rumbo al lejano Perú, pero una tremenda tempestad que inesperadamente se desató le imposibilitó continuar el viaje, y en el tercer intento al verse frustrado sus planes y regresar de nuevo a Tezoatega, y al ver el entusiasmo del poblado y la profunda veneración y pleitesía que le rendían a la Virgen Inmaculada, pensó que era ella quien no quería marcharse de aquel lugar, por lo que decidió dejarla al cuidado de aquel poblado que se estaba convirtiendo al catolicismo.

Desde aquellos días a los actuales la devoción a la Virgen María se ha extendido y multiplicado “extramuros”, allende las fronteras nacionales, abarcando gran parte de la región centroamericana. Es la imagen más querida y venerada en Nicaragua desde tiempo de la colonia, y se le atribuyen muchísimos y asombrosos milagros, por lo que sus agradecidos feligreses le han regalado las más variadas y bellas preseas, especialmente de oro y plata.

Todo lo anterior ocurrió en agosto de 1562 y consta en antiguos pergaminos y documentos que se encuentran en nuestro Santuario Nacional, hoy Basílica de la Virgen del Trono, Reina de Nicaragua. La imagen fue creación de escultores del siglo XV.

Entonces a raíz que se extendió de forma increíble la fama de milagrosa, los feligreses pregonaban “vamos a ver a la Virgen de El Viejo”, en alusión al viejo cacique Agateyte, y desde entonces esa región mariana se denomina El Viejo, y oficialmente hoy Ciudad de El Viejo.

## 2. Fiesta Nacional de La Purísima. (López, 1997:C-6).

En honor a la imagen de La Purísima Virgen María, se levantó un bello y almenado templo, exactamente al pie de un viejo árbol de guácimo, junto a una fuente acuosa y de donde mitigaban su sed los Frailes Franciscanos, y que el Vicario Provincial de aquella época, Fr. Francisco Bobadilla, había puesto los cimientos con la intención de fundar un Convento.

Frente a este lugar se encontraba la plaza de Tezoatega, construida por el legendario y vetusto cacique Agateyte. Posteriormente este Templo o Iglesia fue ascendido a Parroquia, después elevado a categoría de Santuario Nacional y últimamente a Basílica.

Al despuntar el alba los 28 de noviembre de cada año se escuchan casi en toda Nicaragua los cohetes y petardos, así como también las campanas que tañen a los cuatro puntos cardinales, los cánticos a la Virgen del Trono, anunciando el inicio de los rezos a La Purísima, que desde hace más de 400 años celebramos los Nicaragüenses con profundo fervor religioso.

Cabe recordar que los Padres Franciscanos fueron los primeros que iniciaron la costumbre de rezar y cantarle alabanzas a la Virgen María, empezando en la ciudad de León, regándose esta costumbre como fuego de pólvora por toda la nación.

El 6 de diciembre de todos los años se celebra en la ciudad de El Viejo, con desborde y derroche de santidad y devoción, la “ Lavada de la Plata”, fiesta religiosa en honor a la Santísima Virgen María, madre de los nicaragüenses y patrona nacional y al día siguiente 7 de diciembre las festividades se realizan en todo el suelo patrio.

### 3. Tradición Cultural y Tradición Religiosa. (Valle, 1999: Folleto)

La Purísima es una tradición cultural porque como en toda América Hispánica, continental e insular, sobre Nicaragua, o sea, sobre sus habitantes y cultura, sobre su universo primitivo, mágico (cosmovisiones, concepciones, instituciones, creencias, modos), cayó y se impuso con todo el peso de la cultura española, europea, occidental, tan medieval como renacentista.

Fundiéndose ambas al paso del tiempo ya en algo distinto y propio de esta parte del Nuevo Mundo, ni enteramente español ni enteramente indígena, además de sus componentes afrocaribeños.

El origen de nuestra cultura actual en general y de las fiestas religiosas católicas en particular, tenidas como fiestas populares y ahora como fiestas tradicionales, porque religión, pueblo y antigüedad constituyen una de las vertientes más vigorosas de la tradición, se remontan al siglo XVI, primero de la Colonia, cuando se produjo aquel sincretismo y se inició aquella aculturación.

En los siglos inmediatos, XVII y XVIII, las fiestas religiosas populares vinieron a constituir una de las primeras expresiones de este sincretismo y de esta aculturación, que derivaría en mestizaje, indigenizando lo occidental y occidentalizando lo indígena. Eran los Brotes de la nueva cultura, aun más la nueva cultura.

Cabe recordar que la catolicidad de la España imperial abrazaba o cobijaba las culturas indígenas para integrarlas tanto en la gestación de la nueva cultura como dentro de su patrimonio. Y que por su parte, el universo indígena, aunque pareció extinguirse junto con la población, se asimilo y oculto para convivir y quizá sobrevivir bajo el dominador.

Asimismo La Purísima es una tradición religiosa ya que desde 1523 y, especialmente, a partir de 1531 y máxime de 1534, en que Nicaragua fue ratificada como diócesis con catedral y obispo, al tiempo que se evangelizaba, se institucionalizaba la Iglesia Católica.

Se practicaba en Granada y León y algunos pueblos indios la religión oficial: el calendario católico, fiestas y celebraciones del santoral: Temperas de adviento, Vigilia de Navidad, Natividad y Epifanía, Octavo de Epifanía, Temperas de Cuaresma: siete semanas preparatorias a partir del miércoles de ceniza, Semana Santa, la Santísima Trinidad, etc.

Toda esta liturgia exigía y exhibía con un gran espectáculo una actuación y conducta determinada, grave, de genuflexiones, reverencias, bendiciones, vueltas, aclamaciones y postraciones en templos y en torno a altares con ornamentos, instrumentos misteriosos con cruces, aras, vasos relucientes, candelabros y velas encendidas, sitiales, reclinatorios e incensarios que exhalaban olores distintos, otras fragancias que nada tenían que ver con los sacrificios indígenas.

A finales del siglo XVI, después del Concilio de Trento, que recomendaba que “es cosa buena y útil la invocación personal a los santos y el culto a sus reliquias e imágenes”, la imaginería que ya había jugado un papel muy importante desde 1523, fue más decisiva entre los indígenas para la promoción de la fe y formación del imaginario. Escasos ejemplares- imágenes de “bulto” y de vestir- de los talleres de Sevilla, Granada, Valladolid, Burgos, Galicia y Murcia, alcanzaron a llegar a las iglesias del nuevo continente.

Aquellos “Pasos pasionarios”, aquellas imágenes de Cristo con la cruz a cuestas, atado a la columna o crucificado, pies y manos clavadas, costado alanceado, cabeza coronada de espinas, lomos flagelados, todo sangrante, descoyuntado, adolorido, muerto, debió haber despertado inédita identificación con el indígena que se sabía en iguales condiciones de escarnio físico y moral.

Por otra parte, los santos que tenían por emblema o compañía a algún animal, deben de haber ofrecido un especial atractivo para los conversos y remisos hasta el extremo de formar una zoolatría, o como dice Dávila Bolaños, un “politeísmo zoolátrico”: Santiago montaba una yegua blanca, cuadrúpedo desconocido y, por tanto mítico; San Lázaro y Santo Domingo tenían a sus pies a un perro, es decir, a Xolot. El arcángel San Rafael portaba un pescado. La Inmaculada Concepción quebrantaba con el pie nada menos que la cabeza de la serpiente. San Miguel Arcángel y San Jorge abatían con lanza y espada al demonio o al dragón que debe de haberles resultado alguna versión de Quetzalcóatl. Como sus teotes, los evangelistas cargaban con un águila, un buey o un ángel.

Y he aquí que la religión indígena, aplastada, soterrada como los propios indios por aquel inmenso aparato del catolicismo, por aquella gravedad y fastuosidad de la liturgia, por el peso del dogma y la doctrina, por sus anatemas, pero seducida por la misericordia, por la caridad y el amor de algunos misioneros, empezó a emerger, a asomarse sin ningún reparo de quienes necesitaban esa respuesta. Entonces las fiestas católicas universales y hegemónicas en el nuevo mundo empezaron a tener una fiesta subyacente y el santoral, quizá un santoral equivalente.

La Orden Franciscana fue la promotora de las fiestas patronales en el siglo XVII. Estaba conformada por frailes franciscanos, que, identificándose afectivamente con el indígena, tratándolo como “prójimo”, reconociendo en él a Cristo, se valió de sus expresiones culturales en general y artísticas en particular, como el canto, la poesía, el teatro y sus cultos, para hacerles más vivas y más accesibles las verdades de la fe cristiana y permitir su encarnación y refloreamiento desde lo más hondo de sus propios códigos y tradiciones.

Ya habían hecho afirma Dávila Bolaños “ las transposiciones calendáricas correspondientes, de acuerdo con el patrón religioso indígena, a su equivalente más próximo en el santoral católico, de tal suerte que sus fechas, rituales y ceremonias” empezaron poco a poco, muy lentamente a despertar, a recobrar a fines del siglo XVI cierta vida o vigencia, protegidas, encubiertas, claro esta por la religión católica.

#### B. LAS COSTUMBRES (Buitrago, 1959: p.135)

Las Purísimas como bien sabemos, son una agradable y sana mezcla de devoción y de diversión popular, con motivo de las festividades religiosas de la Inmaculada Concepción de la Santísima Virgen María.

Su forma de celebrarse -aunque es igual en todos los lugares de la República- presenta en algunas regiones variantes ligeras que, sin llegar a destruir la unidad esencial de carácter nacional, le dan un espléndido colorido y un rico sabor “local”. Entre lo que se distingue su forma esencial de carácter regional y las formas accidentales de carácter regional o local.

1. Su forma esencial de carácter nacional.

1. 1. Los rezos de novena.

Consiste tanto en “los rezos de la novena” en los templos y casas particulares, como en el desfile callejero de “visitas de altares” la noche del 7 de Diciembre.

Lo primero o sea, los rezos de novena, se realizan congregándose numerosos grupos de personas en los templos y las casas particulares durante nueve días seguidos a rezar y entonar cantos en honor a La Purísima Concepción, desde los últimos días de Octubre y primeros de Noviembre, hasta los últimos de Diciembre. Sobre todo estos rezos se verifican en las casas particulares, a donde cada familia invita a sus amistades y las atiende con obsequios: de frutas, dulces, refrescos, licores, etc., que reciben la denominación popular de “gorra”. Estos rezos y cantos se siguen de conformidad con el orden señalado en la “Novena”.

La manera tradicional de celebrar el rezo de La Purísima, es al fondo de un largo corredor o en medio del fresco patio, el altar en donde se halla colocada la imagen de la Inmaculada. Esta imagen suele ser de dos tipos: el llamado generalmente “Virgen de Concepción”, y el conocido propiamente como “Purísima”.

El primero es el más antiguo y constituye un tipo de “imagen de vestir”: virgen de pies, vestido blanco o rosado y manto azul, corona en la cabeza que cuelga larga cabellera y media luna a sus plantas; siendo de escultura solamente la cabeza, los brazos y los pies. Mientras la otra es, precisamente, la representación escultórica de la famosa Purísima de Murillo.

En cuanto al altar, presenta una variedad de decoración, según el gusto y la concepción artística de quienes lo elaboran. Es frecuente, sin embargo, encontrarnos con representaciones como: la Virgen sobre una barca en medio del mar; la virgen sobre una gran estrella en medio de un cielo de nubes blancas y rosadas; la Virgen entre un jardín de numerosas y variadas flores; o bien, la Virgen sobre un determinado paisaje local ( lago, río, laguna, volcán, etc.,).



En este sentido hay altares de gran riqueza y de gran mérito artísticos, en los que el talento y la habilidad de pintores anónimo van pasando en silencio por los años, apenas reconocidos por algunos vecinos de la casa. La hora del rezo es, generalmente, por la tarde o por la noche; y la invitación se aumenta para el último día.

El rezo se desarrolla, más o menos durante dos horas, entre oraciones y cantos. La alegría se va haciendo mayor, a medida que avanza La Purísima: sobre el eco de las voces y de los instrumentos musicales, salta estruendosamente el reventar de pólvora (triquis-traques, cachinflines, busca-píes, cohetes, bombas, etc.), mientras la atmósfera se llena del aroma del incienso...Y así se llega al momento cumbre, cuando al lanzarse por quien “enseña” la novena el excitante grito del ¿Quién causa tanta alegría?... todos responden a una sola voz:

“ ¡La Concepción de María!”... Y luego en un jubiloso grito prolongado: “ la gorra, la gorra”... Iniciándose el desfile de los obsequios.

## 1.2. La Gritería.

Los padres franciscanos pidieron a las familias leonesas que todas sin excepción, celebraran con entusiasmo y alegría los rezos a la Inmaculada, las personas se encontraban con tantas invitaciones y compromisos de amistades, que tenían que correr de un rezo a otro, encontrándose así por las calles grandes y numerosos grupos de gentes que iban y venían en alegre marcha.

Como era natural, la ciudad entera se ponía de verdadera fiesta por las noches, desde luego, más alegre la noche del siete de diciembre, por que casi todos los últimos días de las diversas novena se rezaban en esa fecha.

Los gritos se hacían tan extraordinarios, así se fueron haciendo los alegres y enloquecedores desfiles callejeros, en que explotan nuestras ciudades la noche del siete de Diciembre, y que en toda Nicaragua son llamados “La Gritería...” Inolvidables paseos, que quedan para siempre en nuestras almas con los signos de cada una de nuestras edades: Griterías de niño, abiertas sobre la noche con ilusiones ingenuas de gofios y de cañas, de horchatas y de canciones y de salveques repletos de golosinas. Griterías de adolescentes, encendidas de estrellas nuevas en el mirar de una muchacha y perfumadas con las rosas frescas de la mano de la novia... Griterías de mayores, llegadas como un “olvido” de los implacables deberes de la vida.

Las fiestas de La Purísima llegan en esta fecha a lo que podemos llamar “su noche mayor”. Toda la alegría y emoción popular, estimulada día a día durante más de un mes con los rezos de novena, estalla de un solo golpe sobre nuestras calles y sobre nuestros cielos con los gritos y los cantos, las flores y la pólvora... Las gentes van y vienen, con verdadera locura, en numerosos grupos visitando los altares en donde se “grita La Purísima”. Al entrar cada grupo lanza el popular y alegre:

*- ¿Quién causa tanta alegría? ...*

Contestando desde adentro los “dueños de La Purísima”:

*- La Concepción de María.*

Se reza, se canta y se admira el altar...Luego se recibe la gorra, que mucha gente va guardando en grandes “sacos” o “salveques”.

Al salir vuelven a gritar:

*¡Que viva la virgen!*

Contestando otros grupos, o los mismos de casa

*¡Que viva!*

Pero si se consideran defraudados por la cantidad o por la calidad de la gorra, gritan burlesca y airadamente:

*“Quien causa tanta feria*

*Contestando ellos mismos:*

*La casa de la miseria”.*

A la media noche las campanas de todas las iglesias sueltan al aire el eco de sus bronces en nutridos y prolongados “repiques” mientras suenan las “sirenas” y estallan bombas y cohetes en un ruido ensordecedor, y el cielo se pinta de miles de líneas de color. A esta misma hora las familias se congregan en sus casas o en lugares públicos (bares, restaurantes, clubes, etc.) a cenar con la mayor alegría posible.

## 2. Formas accidentales de carácter regional

### 2.1. La Virgen de Granada.

La bella imagen que en Granada da vida a las fiestas de Purísima, llamada cariñosamente por los granadinos “La Conchita” tiene un bello origen legendario, muy semejante a las demás imágenes de devoción popular de casi todo Hispano América y en el que se mezclan, en un dulce y fresco sabor, la fe y la fantasía gozosa del pueblo, la gente le llama al hecho simplemente “el milagro”.<sup>2</sup>

Un día 7 de diciembre de 1721 una caja de madera flotando, sobre las aguas, llegó a esta ciudad en las proximidades de Tepetate.

Lavanderas presurosas se disputaron la posesión de aquel cajón maravilloso y cuando estaba cerca de sus manos, desapareció para volver aparecer más tarde. Marineros de Santa Lucía se tiraron a nado, pero todo intento fue en vano. La caja se perdió. La sorpresa de esta noticia llegó hasta los frailes de San Francisco y uno de ellos el Abanderado de la pobreza, Fray Toribio de Banavente y Paredes sin quitarse sus sandalias, penetra resueltamente en las aguas recibiendo en sus manos evangélicas aquella caja.

Un rótulo decía “Para la ciudad de Granada”. Se abrió la caja y ahí estaba la Virgen, mas radiante que el sol y más bella que la luna. Los frailes levantaron una enramada, donde estuvo la Planta Eléctrica y después en procesión la llevaron al templo. Las generaciones Granadinas le han rendido el más fervoroso culto. Le han llamado “La Conchita”, está dentro del alma de todos, y participa de los latidos de los corazones esencialmente marianos.<sup>3</sup>

Estas variantes son en realidad, muy pocas; y casi puede decirse, que se refieren a: las ramadas granadinas; La Romería de El Viejo; los bailes de Yegüita y de Gigantona y de Pepes, de León; y la música de los cantos.

---

<sup>2</sup> Buitrago, Edgardo. *Las Purísimas: sus formas y sus orígenes*. Edición Universidad Nacional. León, Nicaragua 1959.

<sup>3</sup> Cuadra, José Joaquín. *Síntesis Histórica de Nuestra Venerada Imagen de la Inmaculada Concepción (La Conchita)*. Folleto. 1998.

## 2.2. Las ramadas granadinas.

La expresión de un sentimiento colectivo de barrio adquiere, en la celebración de las Purísimas, una hermosa realidad con las pintorescas ramadas de la ciudad de Granada.

Además de los rezos familiares, los vecinos de cada barrio levantan una alegre y fresca “ramada” junto a su iglesia parroquial, bajo cuyo verde techo confeccionan el altar en donde ha de darse el culto popular a la bella y querida imagen de “ La Conchita”. Esta es la antigua y venerada imagen granadina, que es llevada de barrio en barrio durante los nueve días anteriores al ocho de diciembre.

Cada barrio pone especial interés en su altar, procurando que su ramada sea la mejor. De este modo se han hecho famosas las rivalidades entre los barrios de Xalteva y Cuiscoma.

El arreglo de cada enramada es cosa seria y preparada. Por lo general el barrio guarda en secreto como se diseñará su enramada y su carroza, porque la Virgen regresa siempre, cada noche, de cada barrio a Catedral, en una carroza que diseña, arregla y adorna el barrio.

La enramada cubierta al estilo antiguo con palmas de coco se usa todavía en uno u otro barrio. Pero no siempre tiene tal techo vegetal. Con frecuencia es un verdadero escenario teatral el que se alza al final de una calle: con telones, bambalinas, y su boca bien presentada que escenifica un misterio de la virgen o una letanía. Por ejemplo: la Torre de David, la Estrella de la Mañana o la Anunciación o la Reina de los Ángeles.

## 2.3. La Romería de El Viejo y la Romería al Hato de la Virgen.

(Salazar: p.53)

### 2.3.1. La Romería de El Viejo.

“ De un polo a otro polo, venid gentes ofreced Honor y Gloria a la Inmaculada Concepción de María, Soberana y Reina de Cielo y Tierra”.

Con esta invitación abierta a la América entera, desde lo más alto de su frontis, se yergue en la pequeña ciudad de El Viejo, el Santuario Nacional de la Santísima Virgen de Concepción, llamada popularmente “La Virgen del Trono” o “Nuestra Señora del Trono”.

Fundado desde los primeros años de la vida colonial; este hermoso templo congrega todos los años a miles de romeros, que desde todos los puntos de la República, y aun de las hermanas de Centro América, llegan a rendirle su testimonio de amor y de devoción en su fiesta del seis de Diciembre, conocida generalmente como “la Lavada de la Plata”.

La fiesta empieza prácticamente el 28 de Noviembre, al iniciarse en esta fecha la Novena que debe terminar propiamente el seis de Diciembre.

Llegada esta fecha, dan comienzos los actos desde las más tempranas horas de la madrugada. Entonces los miles de peregrinos llegados desde los días anteriores, se reúnen en la iglesia a oír las primeras misas. Luego llega a las diez de la mañana, el momento solemne en que la histórica imagen es bajada de su trono y expuesta a la veneración directa de los fieles, mientras miles de voces entonan cantos y vivas una banda filarmónica ejecuta el “Himno de la Virgen”.

Inmediatamente de su descenso, la imagen es entregada a un grupo de damas que forman “la Guardia de la Virgen”, quienes proceden a despojarla de las vestiduras que ha ostentado durante todo el año y a colocarle las nuevas. El manto y el vestido quitados se cortan en pedacitos que se reparten entre todos los concurrentes como “reliquias”.

Posteriormente se procede a “la Lavada de la Plata”; acto original y de gran significación, que ha llegado a darle nombre a toda la festividad. Consiste en sacar a la plaza que rodea a la iglesia, todos los objetos de plata, de oro (y de otros metales), que adornan a la imagen o que se exhiben como “exvotos” en testimonio elocuente de sus milagros. Los objetos pasan de mano en mano, lavándose y limpiándose con los procedimientos populares de “restregamiento con ceniza y limón”... Y todos regresan íntegros a los Camerinos de la Virgen... hasta la fecha no hay noticias de que se halla perdido uno solo en alguna ocasión.

### 2.3.2. La Romería al Hato de la Virgen.

Esta expresión de fe a María surge en el área rural por iniciativa del Canónigo Remigio Salazar, quien en uno de sus viajes a Guatemala obtuvo una imagen de La Purísima, que puso bajo custodia de la comunidad indígena de El Viejo, quienes habían recibido 17 caballerías de tierra en el sitio ubicado en la península de Cosigüina conocido como Santa Rita del Albadillo. Los derechos sobre las tierras habían sido otorgados por el Rey Fernando VII a través de cédula real.

Hasta este sitio inhóspito llevó la imagen, el canónigo Salazar, para hacer entrega de la misma a los indígenas cofrades. La idea fundamental del sacerdote fue la de procurar a los campesinos pobladores de aquel apartado lugar, la visita de la Virgen en una labor misionera por los distintos lugares o comarcas que tan impactados y sobrecogidos habían quedado por la cataclísmica erupción del volcán Cosigüina en enero de 1835.

Fue precisamente en la tercer semana de noviembre de ese año, que el Párroco viajó hasta el lugar de Santa Rita, distante de El Viejo 50 Km, acompañado de un grupo de fieles interesados de participar de esta nueva expresión de apego y devoción mariana.

Se iniciaba lo que posteriormente y pasado algún tiempo llamarían “romería del hato” y la Virgen del Hato”, a aquella venerable reliquia donada por el Presbítero y milagroso santo, Remigio Salazar. Del hato, por ser Sta. Rita un lugar donde se criaba ganado. Tal denominación para diferenciarla de la “Señora de la Concepción de El Viejo”.

La imagen que originalmente se veneró en el sitio de, Santa Rita, la destruyó un incendio que prendió en la humilde ermita de palma que le servía de templo, en el mes de abril de 1864. El Párroco Remigio Salazar había perdido interés por las visitas al lugar de Santa Rita, absorbido por los quehaceres de su ocupación parroquial. A partir de entonces, los campesinos residentes en las comarcas vecinas acudían al lugar y recibían en sus hogares la visita de la Virgen, manteniendo de esa manera el culto y veneración por la Virgen María.

Los dos hechos acontecidos influyeron en el fervor de aquella población sencilla de indígenas y campesinos que habiendo demostrado una gran devoción por María; aparentemente se perdía en la indiferencia.

Fue Etanislao Cantillano, un vecino de El Viejo, de origen indígena, quien esculpió la nueva imagen de la Virgen; a imagen y semejanza de la Concepción de la Virgen de El Viejo. En el año de 1866 hizo entrega de la imagen a José María Flores, dirigente de la Cofradía indígena. La imagen fue retocada por el escultor Don Mariano Blanco Núñez, presentando un parecido notable con las facciones de la Virgen de la Concepción.

Es en el año de 1877, cuando se inicia nuevamente, las romerías al sitio llamado Hato Viejo, que actualmente es propiedad de la comunidad indígena y donde tiene la Virgen erigida su ermita, hasta donde llegan los romeros año con año en demostración de fe.

“El viaje al hato de la Virgen”, es la expresión popular con el que se nomina la marcha con que miles de peregrinos realizan durante 10 días más o menos, dependiendo del medio de transportación empleado que puede ser carreta tirada de bueyes, cabalgadura, a pie o con medios automotores.

El trayecto de El Viejo hasta la Hacienda del Hato, dista unos 40 Km. Todos los romeros que desean participar en todas las celebraciones, procuran estar en el lugar el día sábado o domingo de la tercera semana de noviembre. La cofradía o comunidad esta conformada por personas que viven en la ciudad y el campo, con ascendientes familiares indios.

Para las celebraciones, la comunidad posee en El Viejo una casa a la que comúnmente se llama “ Casa de la Virgen del Hato”, donde permanece la imagen desde noviembre hasta el mes de abril en que nuevamente es llevada a su ermita en la Hacienda donde transcurre todo el período de labores agrícolas, ejerciendo en ese período su acción bienhechora y de protección al campo.

#### 2.4. Los Bailes de “Yegüita”, de “Gigantona” y de “Pepes” de León.

(Buitrago, 1959: 37-79).

Estos bailes pasan todas las noches de Purísima, por las viejas y legendarias calles de León. Ellos son en su esencia, una verdadera expresión de juglería medieval muy frecuente en casi todo el folklore de Hispanoamérica; y que en nuestra patria, han hecho de esta ciudad de León su verdadero centro geográfico.

Su raíz se profundiza en los populares bailes de “Gigantes y Cabezudos” de España, pero su forma de realizarse es ya típica y auténticamente Nicaragüense.

Consiste en toda una danza callejera que comprende:

- los personajes centrales;
- la banda de tambores; y
- la iluminación de faroles.

Los personajes centrales son:

En el de la “Yegüita” está un potrillo y la cuadrilla de “bailadores”. Es una representación de este animal, armada con bejucos y que conduce y baila un hombre sosteniéndola por en medio. Su danza consiste en dar vueltas por entre un círculo que le forman los bailadores, quienes excitan los movimientos con gritos y ademanes; terminando con “la parida” de un potrillo. Actualmente no sale a las calles el baile de la Yegüita se extinguió, solamente sale a escena el baile de “Gigantona” con su “enano cabezón”.

En el de la Gigantona, ésta y dos “pajes” o “enanos” de la Gigantona. Es una gran muñeca, en cuyo interior se mete quien la conduce y baila. Mientras que el Pepe es una pintoresca figuración de un hombre conducido “atuto” por otro; pero en una forma tal que parece que el muñeco es quien lleva a quien, en realidad, lo conduce.

La danza de la Gigantona y el Pepe consiste en dar vueltas sobre sí mismos y en ir y venir y dar vueltas hacia delante y hacia atrás; al tiempo que los dos pajes o enanos bailan frente a ellos. A intervalos, se silencian los tambores y aquellos recitan “bombas”, “coplas” o fragmentos de viejas o modernas poesías bastantes modificadas por la corrupción popular. Casi siempre al empezar se recita un verso de presentación, y al terminar otro de despedida.

La Banda de tambores se compone igualmente en los tres de: “bombo” y redoblantes. Casi siempre un total de seis u ocho tambores. El son es: uno especial para la Yegüita; y otro para la Gigantona y el Pepe. Pero a su vez cada uno de estos sonos tienen dos variantes: una “para caminar” y otro para “bailar”.



Los faroles son hechos de “papelillos” o de cualquier otro papel transparente de color iluminados interiormente con “candelas” o “candiles”; y en varias formas; de estrella, rombo, círculo, etc.

## 2.5. Los Cantos, La Novena, “la Gorra” y las Flores de La Purísima.

### 2.5.1. Los Cantos.

Varios son ya los cantos de La Purísima; habiéndose extendido considerablemente su lista, de los tres más antiguos que aparecen en las primeras ediciones de la novena son:

“Toda Hermosa”, “ Pues Concebida” y “ La Salve Misional”, entre otros diez que caben mencionar: “ Dulces Himnos”, “Oh Virgen de Concepción”, “ Salve, salve, cantando a María”, “ Sagrada reina del cielo”, “ Por eso el Cristianismo”, “ Tu Gloria, tu Gloria”, “ Con dulces acentos”, “ Salve, Virgen Bella”, “Sale al mundo con grata sonrisa”, “ Del cielo ha bajado”, Adiós Reina del Cielo”, etc.

La letra de estos cantos casi no representa variantes, cantándose iguales en toda la República; pero su música sí. Especialmente hay una forma del “ Toda Hermosa” y del “ Pues Concebida” conocidas como “leonesa” la una y “oriental” (Managua y granadina) la otra. Las primeras son más pausadas y solemnes, mientras las segundas más movidas y ligeras.

Por carecer nosotros de conocimientos especiales nos abstenemos de comentar los arreglos musicales de estos cantos. De ellos existen ya una buena presentación hecha por el muy Ilustre señor Canónigo Monseñor Luis Enrique Mejía y Fajardo, publicados junto con la Novena “Candor de la luz eterna”, e impresos en Tipografía Heurberger, de Managua.

También conocemos un magnífico estudio y una abundante colección, todavía inédita, del Reverendo Fray Secundino García, O.P. (actualmente reside en el Salvador), cuyas investigaciones en el folklore sagrado nicaragüense han resultado de un interés y de un valor grandísimo. Asimismo hay un ensayo de Bertha Buitrago sobre la letra y música de estos cantos, además de las importantes grabaciones en disco realizadas por el reconocido folklorista, Don Salvador Cardenal.

En granada existen unos “Alabados” propios de esta ciudad, de los siglos XVIII y XIX. Sus letras han sido recogidas y publicadas por el incansable investigador y escritor de mérito, Don Enrique Fernández M

#### 2.5.2. La Novena.

La “novena” con la que se practica el ejercicio religioso durante los nueve días es la antigua y popular “Candor de la luz eterna” escrita, según el notable historiador don Leonardo Montalbán, por Fray Rodrigo de Jesús Bethancourt, “franciscano guatemalteco, Maestro de Novicios, compañero del Padre Margil, fundador del Hospicio de Propaganda Fide de la ciudad de Granada, Nicaragua. Dicha novena fue impresa en Guatemala; reimpressa en Cádiz; y otra vez en Guatemala (en 1734).

La novena consta de:

- Un Preámbulo.
- Una oración general para todos los días; procedida de la siguiente cuarteta en octosílabos y en la que se invoca y se saluda a la Inmaculada Concepción:

*“Para dar luz inmortal  
Siendo Vos Alba del Día  
Sois concebida María  
Sin pecado original”.*

Cuyos dos primeros versos reza sola la persona que “enseña” la novena; contestando a coro toda la concurrencia los dos versos finales.

- Una “Canción” en octavilla, para cada uno de los días y cuyos dos últimos versos son, precisamente los mismos de: *“Sois concebida María sin pecado original”.*
- Una “Consideración” también para cada día.
- Una “Petición” cantada.

- Canto y rezo de las “Tres Ave Marías”.
- Una oración especial de cada día.
- La Jaculatoria.
- Rezo del “Alabado a la Santísima Trinidad” para todos los días.
- Alabanzas a María (cantos).
- El grito final.

### 2.5.3. Los componentes de La “Gorra”.

“La Gorra” como se mencionaba anteriormente, es el nombre genérico que, popularmente, se le da a toda la variedad de obsequios que los dueños de La Purísima hacen a sus invitados y a sus visitantes en todas y cada una de las noches del rezo del novenario, así como en la noche de La Gritería. En ella podemos distinguir:

- Los dulces.

Los dulces se obsequian, por lo general, en “paquetes”, estos se hacen en un papelillo o papel de otra clase semejante, según las posibilidades económicas del obsequiante.

- Los gofios.

Se hacen de una mezcla de: pinol seco, anís, miel de dulce y leche. Amasado todo esto, se compacta pasando varias veces sobre la pasta una “mano de piedra”; y, una vez compactada, se recorta en pedazos pequeños en forma de rombo.

En algunas ciudades de oriente (como Jinotepe) se les llaman “alfajores”. Pero, el Alfajor es en León un dulce diferente.

- El Bien-me-sabe

Cantado también por numerosos poetas. Se hace de rajitas gruesas de plátano verde, que se fríen en manteca; una vez bien tostados, se sacan y se bañan en miel gorda de dulce. Luego se unen entre sí estas rajitas en manojitos caprichosos que pega la misma miel.

- El “Nuégano”

Se hacen de masa de maíz revuelta con pinol, que se corta en pequeñas tiras como de una pulgada de ancho y se enrollan después dando al dulce la forma de un tubo. Luego se fríen en manteca de cerdo y se bañan de miel gorda de dulce.

- Los Nisperitos

Son de la misma masa de la “cajeta de leche” moldeados con la mano en forma de pequeños nísperos, en cuya parte superior se le pone un “ clavito de olor” que semeja el pedacito de rama que une al fruto con el árbol, y se baña con canela pulverizada.

- El Ayote en miel o Ayote cocido

Se corta el ayote o calabaza en pequeños pedazos que conservan su cáscara y se ponen en “baño de María”. Luego cuando ya están suaves, se ponen a conservar en miel gorda de dulce.

- El Alfajor

Se hace ya muy poco en la actualidad. La tortilla de maíz del día anterior se corta en pedazos y se muele de nuevo en la “piedra de moler” revolviéndola con agua, hasta reducirla a masa. Luego esta se fríe en manteca de cerdo y se baña con miel gorda, presentándose en pequeñas bolas.

Todos estos son los dulces típicos o característicos de Las Purísimas, pues casi solo por este tiempo se fabrican.

Pero además de ellos se da también toda otra variedad de dulces corrientes: cajetas de leche, cajetas de rosa, cajetas de zapoyol, pan de rosa, piñonates, huevos chimbos, suspiros, nancite encurtido, etc. Así como confituras nacionales y extranjeras de toda clase, pasteles, repostería, etc.

- La caña

Es el tallo de la caña de azúcar, cortado en pequeños pedazos, como de treinta centímetros de largo y despojados de su corteza. También se obsequia en pequeñas rajitas amarradas entre sí.

- La lima

El fruto del “limero” ( de las auranciáceas y de origen persa), del tamaño de una naranja, de corteza lisa y amarillenta pero de pulpa verdosa y de sabor algo dulce. Se cultiva en Nicaragua.

- El limón dulce.

De la misma familia de la lima y también de origen extranjero y de importación no muy lejana, pero cultivada abundantemente en el país. Sabor amargo-dulce. Su tamaño es como el de una naranja, de corteza más lisa que la de la lima y de un color más amarillento. La mayoría de las personas lo reparten adornados de banderitas de plástico o papel, ensartadas con un palillo en su corteza.

- El guineíto de rosa

Especie del genero del “ Guineo” o Banano. De tamaño pequeño y de color ligeramente rosado o amarillo.

- El elote

La mazorca de maíz antes de llegar a la madurez, se cuece y se obsequia, llamándose precisamente “elote cocido”.

- La naranja

- El banano
- Los refrescos y licores.

En primer lugar la “chicha” con sus numerosas variedades. Luego todos los otros refrescos de uso popular como: el fresco de cacao, la horchata, la leche terciada, etc. Así como los diferentes cócteles como “boles”, el “rompopo” y bebidas de toda clase.

- Chichas

La chicha como explica Don Alfonso Valle en su “Diccionario del Habla Nicaragüense”, es una bebida de uso secular en los pueblos hispanoamericanos, y se obtiene mediante la fermentación de ciertos frutos o algunos jugos. Sus variedades más típicas son la de maíz, la de coyol, la de piñuela cimarrona y la de piña.

La chicha de maíz se hace “lo mismo de maíz crudo que sancochado, y se bebe desde tierna o reciente como fresco, hasta fermentada por varios días que emborracha.

La chicha de coyol “ se extrae del tallo de esta palmera y se abren (Acrocomia vinífera), donde destila y se recoge el líquido vinoso (savia) que, fresco o fermentado, es de un gusto agradable.

La chicha de piñuela cimarrona “ se hace poniendo a asar, primero, el fruto de esta especie de piñuela (Bromelia Sp). Luego se machaca y en una olla grande se echan los pedazos junto con el jugo y el fruto de piña, maíz tostado payaneado (medio quebrado), dulce negro, pedazos de caña y jengibre machacado. A todo esto se le echa agua, se tapa la olla con un trapo y se pone al sol durante tres días a esperar que fermente.

La chicha de piña, se hace poniendo a fermentar la cáscara de esta fruta con agua, pimienta, clavo de olor y dulce de rapadura.

- El fresco de cacao

Se hace poniéndose a remojar granos de arroz para molerlos después junto con granos de cacao y canela, luego esta masa se bate con agua y leche y se mezcla con azúcar al gusto.

- La horchata

Se hace mezclando semilla de “sacaguacal” o jícara sabanero (*Crescentia alata*) con arroz y canela que se muelen todos juntos y la masa obtenida se revuelve después con agua y leche y agregándole azúcar al gusto.

- El rompopo

Primero se hierva leche con canela y cáscaras de limón. Luego se cuele, y cuando ya esta fría se le agrega huevo batido, maicena y azúcar. Se vuelve a hervir todo esto, meneándose con frecuencia la mezcla; y cuando ya esta espesa, se baja y se deja enfriar, pero meneándose siempre hasta que se enfríe, en cuyo momento se le agrega aguardiente o alcohol puro con polvito de nuez moscada.

- Los pitos

Con su agudo sonido, los “Pitos de Purísima” contribuyen grandemente a la alegría de estas fiestas, elaborados por el pueblo en forma de pequeñas flautas con un solo agujero hechos del tallo del “carrizo”, el cual es una variedad de bambú (gramínea del género *Chusquea*) que en nuestra patria crece silvestremente.

La altura de esta planta puede alcanzar hasta más de dos metros. Por lo general, los tallos tienen diámetros diferentes; este se corta por sus nudos en pedazos como de una cuarta y luego se le hace una boquilla en uno de sus extremos y una abertura en su superficie en donde debe salir el aire.

En la boquilla se coloca un taquito de jobo (madera de este árbol perteneciente al género *spondias*) para colocar el aire que se sopla y dar el sonido. La superficie del pito es de color verde claro y de un pulimento como barnizado, la cual se pinta con rayitas de vivos colores.

#### 2.5.4. Las Flores.

Las flores con que se adornan y se alegran los altares de Purísima son uno de los elementos más importantes de estas fiestas.

Sus colores las anuncian desde lo alto de los cerros, sobre la extensión de los campos y en el ambiente de los patios familiares; y en sus aromas va naciendo una alma nueva en las gentes. Una gran variedad ofrece nuestro suelo en esa época, desde las rosas y las dalias hasta los jalacates y el sardinillo. Pero entre todas ellas, hay unas que son típicamente las flores de Purísima:

- Los madroños (Arbol Nacional, *calycophyllum caudissimum*)
- La pastora (*Euphorbia* SP)
- El sardinillo (*Tecoma Stans*)
- La albahaca. (*Ocimum* SP.)

Flores propias de estos meses, en cuyos vivos y regocijados tonos parece lanzar la misma naturaleza el más entusiasta y sonoro ¡viva! a la Inmaculada Concepción de María.

## 2.6. La influencia Mariana en Managua.

Las Purísimas se iniciaron en la capital Managua por el Cura Párroco de esta ciudad, don José Lezcano junto con su hermano el licenciado don Juan José Lezcano, salieron por primera vez a las calles la noche del siete de Diciembre de 1859 vivando y cantando a la Inmaculada Concepción de María. Managua no hacía más que recibir estas fiestas de León y de Granada como recibía en aquella época de apenas trece años erigida en capital toda clase de influencias: culturales, religiosas, políticas, etc.

Lo seguro es por consiguiente, que estos ilustres señores a quienes debemos reconocer un indiscutible mérito, movidos por ese entusiasmo a la inmaculada que había avivado la proclamación del dogma, se hayan lanzado a derramar estas bellas costumbres por la nueva capital.

## 2.7. Origen de La Gritería Chiquita en León.

El destacado historiador Edgardo Buitrago explica que el origen de esta devoción data del mes de julio de 1947.



Sucedió cuando León sufrió durante todo un mes una de las más inclementes erupciones del Cerro Negro, soportando una incesante lluvia de arena que oscurecía el sol, y amenazaba con desplomar los techos de las casas.

Incluso puso en grave riesgo la estabilidad de la insigne y real basílica Catedral de León, con la cantidad de arena depositada en sus terrazas.

El pánico cundió en toda la población que en interminables caravanas partían a otras ciudades en busca de refugio y protección, tenían grandes dificultades para satisfacer sus necesidades más elementales.

En tan difícil circunstancia, el obispo de la Diócesis, Monseñor Isidro Augusto Oviedo y Reyes, acudió en súplicas a Dios nuestro señor para que aplacara la ira del volcán que hacía avanzar cada vez más su corriente de lava hacia los municipios circunvecinos. De modo particular imploró el prelado a María Santísima en su privilegio de la Asunción, que interviniera amorosa a Dios para que librara a sus hijos de tanta pena y angustia, teniendo la inspiración de prometerle celebrar todos los años una “Gritería de Penitencia” la noche del 14 de agosto semejante a la tradicional del 7 de diciembre.

En resumen, dice el Dr. Buitrago, esta gritería es una replica de la antigua y siempre viva que se celebra cada 7 de diciembre en honor a la Inmaculada Concepción de María al estilo leones. Los cantos son los mismos de La Purísima cambiando únicamente el grito, pues en vez de ser: ¿Quién causa tanta alegría? ¡La Concepción de María!, se dice: ¿Quién causa tanta alegría? ¡La Asunción de María!

## **II. TURISMO Y LA TRADICION DE LA FESTIVIDAD DE LA PURISIMA**

Nicaragua ofrece a los turistas una gama de bellos lugares como es su entorno natural de paisaje, centros tradicionales, etc.; pero en los últimos tiempos se ha identificado un número de turistas que buscan conocer algo diferente y esto incluye significativamente aquellas actividades que están relacionadas directamente con las costumbres, tradiciones culturales y religiosas de las diferentes ciudades de un país.

### **A. TIPOS DE TURISMO.**

Según la Licenciada María Esther Selva Gerente de Careli Tours, los tipos de turismo más comunes considerados por la (OMT) son:

- Ecoturismo: es el turismo en el cual su objetivo primordial es exponer al turista con la naturaleza. El ecoturismo puro resalta el ambiente ecológico de una manera natural. Una de las formas en que se puede manifestar es utilizando hoteles sin energía o con energía solar. Se maneja de la manera más simple y sin lujos posibles.
- Turismo Clásico o Convencional: tipo de turismo en el cual el turista de todas las comodidades que ofrece la vida moderna y se centra en la visita de ciudades y playas.
- Turismo de Aventura: turismo donde se expone al turista a experimentar actividades físicas que provoque que su adrenalina suba para disfrutar de la aventura.
- Turismo Rural: es aquel en donde el turista visita fincas u industrias rudimentarias y observa a veces participa de las actividades que ahí se realizan.
- Turismo Histórico-Cultural: tiene como fin conocer las costumbres y tradiciones del lugar que visita, así como su arquitectura y cambios a través del tiempo.

Según el Plan Maestro del INTUR, los tipos de turismo que Nicaragua ofrece son:

- Turismo de playa.
- Ecoturismo y Soft Adventure.
- Turismo cultural.
- Turismo lacustre y de deportes acuáticos.

#### 1. Turismo Cultural.

Originalmente se consideraba como recorridos o visitas por sitios históricos, relacionados con la antropología, o bien visitas a museos, asistencias a espectáculos de alto nivel como opera, ballet, etc. Ahora es necesario fomentar el Turismo Cultural como una fuente de conocimientos e intercambios valiosos entre el turista y el residente.

El Turismo Cultural es sin duda, la más rica modalidad turística y la más popularizada y ejercida en todo el mundo.<sup>4</sup>

El visitante que accede a sitios de festejo atraído por los elementos culturales relacionados con la religión, busca visitar aquellos aspectos relacionados con nuestra cultura; por ejemplo una iglesia por su arquitectura, obra de arte, museos, etc.

La (OMT) define al Turismo Cultural como la “Inmersión en la historia natural, el Patrimonio Humano y Cultural, las Artes, la Filosofía y las Instituciones de otros países o regiones”.

Gracias a la Cultura ha sobrevivido el hombre y cada vez sigue siendo necesaria para evitar su destrucción.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Castillo, Aída / Jiménez, Tania. *Fiesta Patronal del Pacífico de Nicaragua*, 1997. Monografía.

<sup>5</sup> AECl. *Impacto del Turismo*, 1999.

### 1.1 El Folklore y el Turismo.

(Peña, 1998: p. 448).

El turista es un mensajero de su país, de su pueblo, de la cultura, preocupaciones y anhelo de su pueblo, que intercambia su mensaje con lo que le ofrecen y comunican los pueblos que visita gran parte de ese intercambio es el Folklore.

"No olvidemos que para hacer turismo se debe pernoctar al menos una noche en una región perteneciente a nuestra patria o en otro País.

De diferentes maneras el turista obtiene el testimonio de otras civilizaciones:

- De viva voz, por el trato personal con los habitantes del país visitado.
- De “visu”, por la observación y examen de los seres u objetos.
- Mediante fotografías y filmes.
- Por la obtención de discos fonográficos y grabaciones en cintas magnetofónicas.
- Por la obtención de productos industriales y agrícolas.
- Por el conocimiento de sus formas artísticas (música, bailes, teatro, canciones, etc.).
- Por el conocimiento de monumentos nacionales, antiguos y modernos.”

El Turismo no es solamente un simple paseo recreativo o de distracción. Involucra el deseo del hombre de fraternizar con los demás hombres, darse a conocer y conocerlos, compartir con ellos inquietudes, problemas y aspiraciones, experiencias y resultados, etc. En la gran mayoría de los casos el turista se allega al mero pueblo, a las clases eminentes populares, que son las que predominan en los centros de interés general: mercados, calles, establecimientos comerciales, estadios, etc. El Folklore aflora espontáneo en los diversos aspectos y diferentes ángulos que el turista suele abordar y enfocar.

Así vemos cómo regocija y encanta al viajero visitante: oír una cancioncilla de sabor vernáculo, un dicho popular o un refrán; admirar un baile típico; ver un traje regional, una manufactura u obra de artesanía; ver una pieza arqueológica; contemplar una arquitectura aborigen; escuchar una fábula o una superstición, etc.

Fluye de lo expuesto que el Folklore tiene una importante relación con el turismo. O en otras palabras: el turismo y el Folklore son instituciones sociales de valor correlativo.

Un turista en un difusor folklórico en potencia: es capaz de dar de lo suyo, de lo de su pueblo, y de asimilar y divulgar lo del pueblo visitado. Esta noble función la llena, a veces, insensiblemente, sin percatarse de ello.

Debe, pues catalogarse el Folklore como uno de los más caros "Valores Espirituales del Turismo", que en los días que vivimos son motivos de particular aprecio y preconización por los dirigentes políticos y espirituales del mundo.

Corresponde a las Oficinas de Turismo, como función básica ineludible, promover y estimular el desenvolvimiento del Folklore, en todas sus manifestaciones, a fin de proporcionar a los turistas que son visitantes de buena voluntad, un venero de espiritualidad que les sirva de coyuntura para el fomento de la paz, la concordia y la hermandad entre los pueblos, con ejecución del principio de caridad cristiana.

El Folklore no podía pasar inadvertido para la Santa Madre Iglesia, es por eso que el 19 de julio de 1953, su Santidad Pío XII, dirigido a los participantes en el Festival Internacional de Folklore otras cosas dijo:

*"Vosotros los folckloristas podéis hacer penetrar todo el contenido de vuestro papel social. Guardáis con cuidado el alma de vuestro pueblo natal... Y al mismo tiempo os hacéis más aptos para apreciar las formas propias de otras culturas, para adivinar su sentido profundo, para percibir sus cualidades originarias. La estima recíproca que nacerá de una tal actitud no podrá menos de secundar pujantemente los esfuerzos de aquellos que tratan de asegurar la unidad de los pueblos por medio de tratados y convenciones económicas, sociales y políticas".*

## 1.2. Importancia de la tradición de La Purísima como parte del Patrimonio Cultural de Nicaragua.

La importancia del Patrimonio Cultural en general para el turismo es incuestionable y dada su fragilidad debe de ser debidamente protegido ante el deterioro que produce el turismo o mejor dicho de la forma como se práctica el turismo en la actualidad.

En términos generales se considera como Patrimonio Cultural según dice Casasola (1990): *“El Patrimonio Cultural esta constituido por todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles e intangibles producidas por las sociedades, resultado de un proceso histórico en donde la reproducción de las ideas y del material se constituyen en factores que identifican y diferencian a un país o región”*. La Comisión Mundial de la Cultura y Desarrollo de la UNESCO reconoce la contribución del Patrimonio Histórico Cultural a la Promoción del Turismo. Sin embargo considera, que el Patrimonio Cultural no debe convertirse en una simple mercancía al servicio del turismo, sino que debe establecer una relación de apoyo mutuo.

Para lograr la alianza entre el Patrimonio Cultural y el Turismo es necesario tomar en cuenta los siguientes elementos: Investigar las formas en que el turismo puede contribuir a la Conservación y Desarrollo Sostenible de estos Patrimonios; Determinar la relación entre el uso para el turismo de los Patrimonios Culturales y la Planificación Ambiental Integral; Definir ámbitos de acción (recorridos de rutas y límites de cada visita); Analizar las relaciones con las actividades realizadas por los pobladores y los sistemas de producción; Incorporación de nuevos desarrollos: Elaborar estándares de construcción; Crear la Infraestructura necesaria para poner los Patrimonios culturales al servicio del turismo; Formación de Recursos Humanos en la materia, entre otros.

El Patrimonio Cultural esta constituido por todas aquellas expresiones espirituales, sociales y materiales que poseemos y que hemos heredado de nuestros antepasados.

Es importante señalar que el Patrimonio Cultural constituye uno de los máximos atractivos del Turismo, dentro del que podemos incluir las costumbres y tradiciones, el paisaje cultural de la zona visitada, en estas expresiones están parte de las raíces y la identidad del pueblo.

Entendiendo como parte del Patrimonio Cultural todas aquellas Tradiciones Religiosas compuestas por (procesiones, bailes, juegos tradicionales, instrumentos musicales, productos artesanales, etc.)<sup>6</sup>

Todo nuestro Patrimonio Cultural es la herencia artística legada a nosotros por nuestros “antepasados” y que nosotros legaremos a las nuevas generaciones por lo que es necesario conocer nuestras tradiciones manifestadas en La Purísima.

## 2. Turismo religioso.

Hace relación como su nombre lo indica a Romerías y Peregrinaciones que los fieles realizan a los lugares de celebración, así mismo, son aquellos desplazamientos hacia santuarios localizados en ciudades o poblados donde se celebran Fiestas Religiosas. Se manifiesta principalmente por Peregrinaciones que hacen los fieles a lugares donde se realiza la festividad, casi siempre en fechas significativas, o sea las celebraciones religiosas por lo general va acompañada de manifestaciones de recreación donde se hace una mezcla de lo sagrado con lo profano.<sup>7</sup>

### 2.1. Turismo y Peregrinaciones Religiosas.

El Peregrino que se aleja del ritmo de la vida cotidiana, emprende su viaje por motivaciones religiosas que no pueden ser consideradas estrictamente como turísticas. Sin embargo si existe una migración por motivos religiosos ocurre simultáneamente una actividad turística.

La atención del Peregrino demanda sin duda una infraestructura y servicios acorde con sus necesidades básicas y todo lo que requiera para su comodidad, de modo que aumente el disfrute de la visita al lugar y a la festividad de La Purísima.

---

<sup>6</sup> Flores, Fabiola / Ruiz, Jackeline. *Principales festividades religiosas de los departamentos y algunos municipios del Pacífico de Nicaragua en el año 2000-2001*. Monografía.

<sup>7</sup> Flores, Fabiola / Ruiz, Jackeline. *Principales festividades religiosas de los departamentos y algunos municipios del Pacífico de Nicaragua en el año 2000-2001*. Monografía.

### **III. MARCO LEGAL**

Hablar del marco legal, el entorno y actores que promueven medidas adecuadas para la promoción y aprovechamiento del turismo, dentro de una política de desarrollo sostenible con respecto a la protección del medio ambiente y de la cultura nacional es muy importante sobre todo en temas tan sensibles y de gran potencial como es el caso de las tradiciones de La Purísima.

#### **1. Leyes y Políticas Administrativas de los Recursos Turísticos. Instituto Nicaraguense de Turismo**

Se considera al turismo como uno de los pilares fundamentales en que descansa el desarrollo económico del país, según la Gaceta Diario Oficial, No 149 del 11 de agosto de 1998, de la ley creadora del INTUR, cuyo principal objetivo es la elaboración, dirección y aplicación de la política nacional en materia de turismo, la promoción y su desarrollo en el país.

Principales funciones del INTUR en su ley creadora:

- Elaborar propuestas de desarrollo turístico ante las instituciones que corresponda, así como emitir opiniones o sugerencias sobre situaciones que afecten o puedan afectar al turismo.
- Difundir información de interés turístico, tanto fuera como dentro del país, a fin de promover el turismo interno receptivo.
- Proponer a la Presidencia de la República las reformas legislativas y fiscales, y velar por el comportamiento de las leyes, reglamentos y demás disposiciones relativas al turismo, ejerciéndolas acciones que competan.
- Administrar las empresas, instalaciones, o actividades que tengan una función turística y que sean propiedad del Estado.
- Promover la creación, desarrollo, conservación de atracciones y valores turísticos del país.



- Promover y participar en el planteamiento y desarrollo de actividades relacionadas con el turismo de forma directa o en colaboración con otras instituciones como municipalidades, Instituto Nacional de Cultura, etc.
- Mantener actualizado el inventario turístico nacional y hacerlo de conocimiento público.

## 2. Ley de Incentivos para la Industria Turística.

Los poderes del estado promueven el establecimiento de un proceso sencillo, racional y rápido, para la creación de productos y ofertas turísticas que estimulen el crecimiento económico de otros sectores, es por eso que se dicta a través del INTUR la Ley de Incentivos para la Industria Turística de la República de Nicaragua, con el propósito de promover medidas adecuadas para la promoción y aprovechamiento del turismo dentro de una política de desarrollo sostenible con respecto a la protección del medio ambiente y la cultura nacional.

Con esta ley se logran varios beneficios de los cuales menciono los artículos relacionados con la proyección de actividades de atractivo turístico:

- Sitios de Interés Turístico y Cultural.

Areas tales como parques municipales, museos, parques arqueológicos, vías públicas u otros sitios públicos, no necesariamente designadas en el SINAP manejados por el MARENA o en otros registros mantenidos por el Instituto Nicaragüense de Cultura (INC), como el del Patrimonio Cultural Nacional, o por los Municipios, pero que por su interés turístico y/o cultural han sido aprobados por el INTUR para inversiones que benefician a sus titulares como gastos deducibles del Impuesto Sobre la Renta bajo los términos de esta ley.

- Actividad de Turismo Interno y Receptivo y de Transporte Colectivo Turístico-Terrestre.

Servicios proporcionados por empresas llamadas Operadoras de Viaje (Tour-Operadoras) que se dediquen a operar turismo interno y receptivo en el territorio nacional; y por empresas que se dediquen a transportar personas a destinos turísticos, y cuya contribución a la función turística este certificada por el INTUR para los efectos de esta ley.

### 2.1. Reglamento de las Operadoras de Viaje de Nicaragua.

Son actividades propias de las Operadoras:

- La organización, promoción, operación y venta de excursiones para nacionales y extranjeros.
- La organización y venta de paquetes o viajes combinados. Que no son más que la venta u ofrecimiento de un producto turístico por un precio global. Los elementos son: transporte, alojamiento u otros servicios turísticos. Asimismo las operadoras pueden prestar a sus clientes información turística, difusión y venta de materiales de promoción. (Ver Anexos).

### 3. Acuerdo Municipal en León.

(Buitrago, 1959: p.135).

Esta ley protege los bienes y atractivos municipales, los cuales son de dominio comunal o sea que son destinados al uso o servicio de toda la población.

La Municipalidad de León aprobó un importante acuerdo municipal firmado en la ciudad de León el 2 de Diciembre de 1950, aún esta en vigencia, por cuanto en él además de reconocerse oficialmente el carácter tradicional y popular de las fiestas de La Purísima, se les da un vigoroso y entusiasta impulso al instituirse la simpática y alegre ceremonia de “El Grito” y el gracioso y bullanguero “Concurso de Gigantonas” y se promueve la “Gran Feria de La Purísima”.

El Grito consiste en congregarse las autoridades civiles, eclesiásticas y militares de la ciudad en el atrio de la Catedral con todo el pueblo, por la tarde del siete de diciembre para inaugurar oficialmente la noche de la Gritería. El Excmo. Sr. Obispo entona con la concurrencia los Himnos de Las Purismos (El Toda Hermosa y el Pues Concebida). Luego se pronuncian unas palabras alusivas por alguien designado por la alcaldía leonesa. Las bandas ejecutan marchas y al mismo tiempo se revienta la pólvora y se queman fuegos artificiales. Finalmente a las seis en punto de la tarde, es lanzado el clásico y alegre: “¿Quién causa tanta alegría?, Contestando la concurrencia ¡La Concepción de María! Posteriormente repican las campanas de Catedral con lo que queda abierta la noche de la Gritería.

El concurso de bailes populares se verifica el ocho de diciembre por la noche alrededor del parque Central de la ciudad. Todos los bailes de Gigantonas, de Pepes y de Yeguitas que han andado por las calles en las noches de Purismos, se congregan frente a Catedral e inician un desfile por las calles adyacentes al parque, bailando y recitando sus coplas.

La “Gran feria de La Purísima” con exposiciones agrícolas, industriales, ganaderas, etc.; concursos literarios, artísticos y musicales, así como exhibiciones de teatro popular.

La Municipalidad de León en uso de sus facultades considera:

Que las fiestas de La Purísima son las verdaderas fiestas populares y tradicionales de León, ya que en ellas esta el sentimiento general de los vecinos es unánime en el regocijo y en la alegría, manifestándose esto, cada vez con mayor vivacidad y con mayor brillo en la conciencia del pueblo.

Los bailes callejeros de gigantonas, de Pepes, de enanos y de yegüitas son una expresión auténtica de arte vernáculo y manifestación clara de una rica herencia de juglaría.

Que, junto con las manifestaciones populares de fe y de devoción a la Inmaculada Concepción de María, hay una afirmación categórica de verdadera “esencia nacional” en el canto, en el verso, en la danza, y en todo lo que sustantiva y accidentalmente, constituye la fiesta de La Purísima.

#### **IV. PROMOCION TURISTICA DE NICARAGUA A TRAVES DEL INTUR.**

##### **1. Definición de promoción.**

Es la cuarta herramienta de la mezcla de la mercadotecnia. Comprende las diferentes actividades que la empresa o institución realiza para comunicar las excelencias de sus productos y servicios orientados a persuadir a los clientes objetivos para su adquisición. La promoción es igual a decir comunicación. Por consiguiente los países con gran éxito en el turismo son aquellos capaces de satisfacer las necesidades de los turistas en forma económica, conveniente y mediante una comunicación eficaz.

Los cinco elementos de la mezcla de promoción:

- Publicidad
- Mercadotecnia directa
- Promoción de ventas
- Relaciones Públicas o Publicidad Institucional
- Venta Personal<sup>8</sup>

##### **2. Importancia del mercadeo, promoción y publicidad.**

Para que un producto tenga aceptación y por lo tanto, demanda han de darse a conocer sus características particulares, definiendo una imagen en la mente del consumidor o turista que distinga o diferencie el destino, en comparación a lo que ofrece la competencia. En este sentido toda formulación de mercadeo se inicia con un análisis capaz de darnos a conocer los segmentos más apropiados para el desarrollo de nuevas actividades, tendientes a incrementar las corrientes turísticas que se puedan generar, inmediatamente se hace un detallado estudio del producto a fin de medir sus potencialidades y debilidades para que finalmente, se preparen las estrategias que guiarán este producto al logro de sus objetivos, que no es otra cosa que la captación del mercado al que vaya dirigido.

---

<sup>8</sup> Arens, William. *Publicidad*. México, D.F. (1999).

El objetivo final de un plan de mercadeo turístico, no tendrá otra razón sino la de conseguir integrar y coordinar los esfuerzos de los sectores públicos y privados para involucrarlos de manera directa y efectiva en el proceso de promoción y venta de la oferta turística de Nicaragua.

### 3. Imagen promocional de Nicaragua y sus destinos.

La imagen, es sin duda, uno de los aspectos más importantes a considerar en todo proceso de posicionamiento en los mercados. En este sentido, se debe de enfocar la imagen del producto en dos direcciones muy particulares: la imagen que debe dar al organismo o la institución, en este caso el Instituto de Turismo, y la imagen que debe reflejarse en cada uno de los destinos considerados en el Plan Maestro.

En el primer caso, se plantea la llamada imagen corporativa, la cual debe ser de fácil reconocimiento y agradable vista. En este sentido, es importante resaltar su paisaje verde intenso, mares, lagos, volcanes, iglesias, todo esto, dentro de un marco de simplicidad, capaz de transmitir todo estos conceptos anteriormente indicados, en otras palabras, deberá tener incluido un sello particular que identifique al Instituto de Turismo, con la utilización de un logotipo que recoja de manera sencilla, a la institución.

En los casos particulares de un Logotipo y un Slogan, se presentan a consideración del INTUR y a los sectores privados involucrados en el área, la frase ¡NICARAGUA...MÁGICA AVENTURA!, Como idea promocional central, acompañados de una imagen gráfica, que recoge muchas de las características que identifican a Nicaragua como destino, donde se destacan sus mares y lagos, el sol, volcanes, sus iglesias.

### 4. Funciones del INTUR.

Le compete al Instituto Nicaragüense de Turismo:

- Coordinar la actividad turística en nuestro país.
- Coordinar las dependencias departamentales.
- Coordinar la capacitación del personal.
- Banco de datos.

- Coordinación del desarrollo turístico.
- Relaciones Públicas.
- Material Turístico.
- Promoción Institucional.
- Oficina de congresos y convenciones.
- Financiamiento
- Consejo Nacional de Turismo.

#### 5. Estrategias en los planes de promoción.

La industria del turismo y la hospitalidad son los sectores que más crean empleos tanto en forma directa como indirecta, en la multiplicación efectiva de la renta, en el encadenamiento a partir de sus operaciones de numerosas actividades económicas, en la captación de créditos internacionales por la vía de la exportación de servicios y por su invaluable aporte en la consolidación de la identidad y el perfil cultural del país. La combinación de estos efectos en el marco de un espacio geográfico privilegiado por la presencia de recurso de estatura turística internacional, convierten a Nicaragua y al sector turismo en la actual coyuntura que atraviesa el país, en un factor decisivo para la estrategia económica del Gobierno a mediano y largo plazo.

Las metas de los estudios de mercado, no serán otra cosa que la de conocer la situación real de la demanda y oferta que servirán para tomar decisiones y planificar las estrategias de comercialización y promoción ante los mercados internacionales, de mayor potencial y respuesta más rápida.

Conviene hacer notar que el programa de mercadeo del INTUR no es ni debe ser un planeamiento rígido e inflexible a seguir durante el horizonte de su planificación. Es por esta razón, que se debe tomar en cuenta la situación económica - financiera que atraviesa el país y las características de competitividad en los mercados internacionales así como las características actuales del turismo en el ámbito mundial.

Finalmente es importante destacar que toda estrategia implica una situación competitiva y como tal debe adaptarse permanentemente a los cambios que surjan en los mercados y la competencia internacional.

Los productos turísticos nicaragüenses han de encuadrarse en:

- Ningún producto turístico, como tampoco ningún destino, aparecerá como independiente: por el contrario, debe ofrecerse una imagen de productos y destinos complementarios, lo cual debe consolidar la imagen turística del país en su concepto integral.
- Una muy buena diversidad de productos, donde los de carácter vacacional o de esparcimiento han de arroparse en el medio natural.
- En ellos y cada uno, pueden ofrecer gran variedad de actividades tanto para amenizar, como deportivas y de recreación.
- No importa en qué medida se utiliza, tanto en la disponibilidad como en la demanda, el concepto ecoturístico puede intervenir en los desarrollos vacacionales, definidos como prioritarios de forma palpable.
- A la par se ofrece una buena diversidad de destinos, a diferentes escalas de uso y aceptación, pero que llenan la imagen turística del país.
- Los productos turísticos deben mostrar capacidad flexible para atender las innumerables peticiones individualizadas de un gran sector de turismo actual.
- Se ofrecen productos y destinos llenos de autenticidad, mostrándose cuales son.
- Se insiste en la proyección sustentable de los desarrollos turísticos ofrecidos. Ante una lógica aplastante, los productos base del desarrollo han de orientarse:
- A incorporar las motivaciones que mayor interés muestren los segmentos de mercado de potencial ya probado y considerable.
- Estas motivaciones se implementarán en desarrollo de gran competitividad, lo que no significa ser únicos. Se asegura su permanencia en el mercado.

- Al amparo de aquellas, se incluyen otras de menor demanda, pero que van intervenir ampliando la gama de posibilidades turísticas.
- Y no olvidar que la mayoría turística, donde se acumulan varias corrientes diferentes, en esencia tienen en común el sol y playa.

La competencia será un reto a vencer, al manejar motivaciones universales dentro de los mismos países emisores de turismo. Deberá hacerse hincapié, en:

- Presentar a Nicaragua como un producto global único en los destinos turísticos, basado en el concepto de “EL NUEVO DESTINO “, “ EL DESTINO POR DESCUBRIR”, “ EL DESTINO EN LA NATURALEZA” ETC.
- Presentar cada destino turístico en el país igualmente como único, por sus condiciones específicas y por la riqueza de los otros atractivos turísticos del entorno.
- Presentar destinos con actividades especializadas, recalcando los aspectos más sobresalientes que los distingan de otros muchos de la competencia.
- Hacer saber la competitividad en los precios de los bienes y servicios con relación a su calidad.

Y en cuanto a la consolidación de evolución hacia el éxito profesional:

- Equilibrar los resultados promocionales en la generación de la demanda en función de la oferta disponible.
- Consolidar la penetración en los mercados de los productos que ya gozan de aceptación y demuestren su éxito.
- Creación de nuevos productos ( quizás no sean más que variaciones) que puedan interesar a determinados segmentos.



- Permanecer atentos a la aparición de nuevos mercados emisores.

Las estrategias de desarrollo turístico son:

- Desarrollo de Productos.
- Mercadotecnia.
- Fomento.
- Financiamiento.

Entre los lineamientos estratégicos para el desarrollo del sector turístico en el período comprendido 2002-2006 esta planeado el desarrollo del Turismo Alternativo, se definirán los sitios más representativos del país para la practica de actividades alternativas, de aventura, ecoturismo, agroturismo, turismo rural y turismo comunitario, buscando la sustentabilidad, mediante el respeto al medio natural y socioeconómico.

Buscando multidestinos, se estructurarán circuitos temáticos que articulados entre si, ofrezcan diversos atractivos y actividades en una misma región. Dentro de los productos estarán consideradas las Ciudades Coloniales, las Fincas e Ingenios, la Ruta de los Volcanes y de los Pueblos Blancos, así como los lagos mayores del país.

Se buscará posesionar todos los productos turísticos de Nicaragua mediante intensas campañas de mercadeo, promoción y comercialización; en este sentido se implementará una campaña de promoción conjunta de los países centroamericanos, ofreciendo la región como una sola marca y destino.

#### 6. Selección de mercados y medios de ventas.

- Selección de los mercados emisores.

Hacia cuáles mercados deben dirigirse las acciones de mercadeo en el posicionamiento de los productos turísticos de Nicaragua, son los que mayor capacidad de respuesta inmediata pueden ofrecer hacia la subversión centroamericana.

Salvo pequeñas excepciones originadas por causas muy puntuales, todos los destinos turísticos dirigen sus miras hacia los poderosos en el gasto turístico internacional. No obstante al llegar a la particularidad de un destino, intervienen otros factores propios que deben ser considerados.

- Mercados prioritarios

Subregión de América del Norte, por su relativa proximidad y por que el 99% del gasto turístico del área recae en EEUU y Canadá. También la Europa Occidental, Norte y Mediterránea, países que contabilizan el 51% del gasto total en turismo. Entre los más destacados Alemania, Italia, Francia, Holanda, Bélgica, España, Gran Bretaña, Noruega, etc.

- Mercados secundarios

Los propios países de la subregión, por su proximidad y afinidades de índole muy diversa. Importantes en el número posiblemente; no tanto en el gasto, tales como Guatemala, El Salvador, Honduras, Costa Rica y Panamá.

- Mercados ocasionales

Son de gran poder en el gasto turístico, pero con escasa presencia en la subregión todavía. Constituyen mercados fuertes de emisión de turistas, sobre los que ha de mantenerse una atención constante para aprovechar cualquier circunstancia favorable. Japón y Corea del sur.

- Selección en los medios de ventas.

Son los medios que ejercen de intermediarios en el producto turístico y el consumidor.

Los sistemas computarizados de información, reservación y venta, son intermediarios de gestión directa: el producto no sufre transformación.-

Otros intermediarios, los de mayor poder en el mercado, son los mayoristas de turismo, los operadores de turismo. Estos crean sus propios productos, utilizando los ya existentes, y en esto basan su justificación económica. A su vez este producto elaborado, constituye una oferta, supuestamente atractiva y vendible, que se distribuye entre las agencias de viajes con acceso a sus segmentos acotados del mercado individual, las que cierran la venta.

Otras agencias de Viajes o pequeños mayoristas de "Nicho", se especializan en productos específicos hacia destinos de su preferencia.

En principio con relación a los productos y destinos de Nicaragua, la estrategia sería:

- Operadores o Mayoristas de Turismo.
- Organizaciones de Congresos.
- Agencias de Viajes.
- Agencias de Viajes de "Nicho".
- Organizaciones "tercera edad".
- Organizaciones de "time sharing".
- Clubes de especialidades.
- Empresas de cruceros del caribe.
- Agencias de viajes locales.
- Líneas Aéreas.
- Sistema de reservaciones internacionales.
- Oficinas de turismo.
- Embajadas.
- Ministerio de Turismo.

Concretamente con las Tour Operadoras de viajes es con las que el INTUR mantiene mayor contacto, por que los invita a través del área de promoción a los eventos, seminarios, ferias internacionales, entre otros. Además, esta Institución asigna a cada participante un día para presentar su guía turística al fam press o al fam trip.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> *Análisis de la estrategia de promoción del INTUR en el período de 1996, 1997, 1998.*  
Monografía.

## **HIPOTESIS**

La tradición de La Purísima es una atracción turística potencial carente de promoción.

## **DISEÑO METODOLOGICO**

### **1. Tipo de Investigación.**

Según el tipo de diseño de la investigación se realizó un estudio de observación, de carácter analítico de corte transversal.

### **2. Universo y Muestra**

El universo de la investigación, estuvo compuesto por los Tours Operadores ubicados en la ciudad de Managua, que a la vez constituyen la unidad de análisis para este estudio.

Existen alrededor de 19 Tours Operadores en el ámbito nacional, la muestra elegida para la encuesta estaba compuesta por las 15 Tours Operadoras de Managua registradas en la Asociación Nicaragüense de Turismo Receptivo (ANTUR).

### **3. Fuentes y Métodos de la recopilación de la información.**

- **Fuentes**

Primaria: Observación, entrevista, encuesta, análisis.

Secundaria: libros, folletos que ofertaban paquetes turísticos, publicaciones en periódicos, tesis monográficas, documentación sobre turismo, cultura, religión, y publicidad.

- **Métodos**

Observación directa y participativa: Este fue un método fundamental en la búsqueda de la información, a través de un registro visual de los hechos que ocurren en estas ciudades permitiendo un contacto directo con el objeto de estudio.

La observación se llevó a cabo los primeros días de diciembre del año 2001. Se asistió el 6 de diciembre a “la Lavada de la Plata” en la ciudad de El Viejo, después a la procesión de “La Conchita” en la ciudad de Granada, el mismo día; el 7 de diciembre a la Gritería en León y el 8 del mismo mes a la culminación de los rezos de la Virgen que fueron en la ciudad de Managua.

**Entrevista a profundidad:** Es un método que permitió obtener información mediante el diálogo con expertos que son parte del objeto de estudio o que están en contacto con este brindando información que a simple vista no fue suficiente observar, en cuanto a los sentimientos, opiniones, juicios y valoraciones con respecto a las tradiciones de La Purísima como oferta turística de Nicaragua. Para la estructuración de preguntas se diseñó una guía general de preguntas relacionadas directamente con las variables del problema.

**La encuesta:** Su finalidad es conseguir información sobre las variables y no sobre los individuos. Según Polit y Hungler el propósito de una investigación por encuesta es obtener información de poblaciones acerca de prevalencia, distribución, e interrelaciones de variables dentro de la población. La palabra encuesta puede utilizarse para “designar cualquier actividad de investigación en la que el investigador acopia datos de una parte de una población a fin de examinar características, opiniones o intenciones de la población”.<sup>10</sup>

#### **4. Técnicas de Análisis Estadístico.**

Se realizó la tabulación de la encuesta específicamente con el programa estadístico SPSS v.9 y su respectivo análisis a través de representaciones de frecuencia y porcentajes, apoyándome de otros programas como Microsoft Word y Microsoft Excel para la presentación de gráficas.

---

<sup>10</sup> Piura López Julio. *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Tercera edición. p.131.

## 5. Operacionalización de las Variables.

<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>
1. Describir los principales elementos que integran la festividad de La Purísima en las ciudades de El Viejo, Granada, León y Managua.	Estudiar los principales elementos que hacen de la festividad de La Purísima un atractivo turístico.	Elementos que integran la festividad de La Purísima.	Observación directa. Revisión literaria. Entrevistas.	Libros. Guía de entrevista. Entrevistador. Entrevistado.
2. Analizar la trascendencia sociocultural y religiosa de la festividad de La Purísima desde el punto de vista de expertos vinculados con la historia, la Iglesia, el INTUR y las Tour Operadoras	Determinar los factores que inciden en la población a través de la opinión de expertos en el ramo.	Plan de acción Del INTUR (2002-2006). Destinos, Actividades, oferta, promoción, atractivo turístico.	Revisión literaria. Entrevistas.	Libros. Guía de entrevista. Entrevistador. Entrevistado.
Investigar si el INTUR y las tour operadoras ofertan y promueven la festividad de La Purísima.	Conocer la oferta y promoción de La Purísima.	Destinos, actividades, medios, oferta, promoción, atractivo turístico.	Entrevista Encuestas	Guía de entrevista Entrevistador Entrevistado Guía de Encuesta Encuestador Encuestado

## **ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.**

Antes de exponer los resultados de las observaciones y las entrevistas, considero importante señalar que fueron dirigidas a expertos que tienen relación directa con la unidad de análisis y contribuyen al enriquecimiento del presente trabajo. Además este análisis presenta un resumen de los resultados productos de las encuestas a las Tours Operadoras.

### **Principales elementos que integran la tradición de La Purísima.**

Las personas entrevistadas coinciden en que los principales elementos que integran la tradición de la festividad de La Purísima son principalmente las expresiones artísticas a través del elemento innato:

- La Gritería que nace en León.
- Las procesiones y “enramadas” en Granada.
- La romería de El Viejo.
- La música.
- Los rezos a través de la novena.
- Los cantos.
- La composición de altares ( a través de la ornamentación,
- Pintura de telones.
- El arte sacro a través de la imaginiería (diseño de imágenes).
- “La Gorra” dulcería típica de Purísima, frutas típicas de Purísima, los refrescos, los pitos que se obsequian a los participantes.
- La cohetería a través de los diferentes tipos de pólvora fabricados en Nicaragua que se tiran para los tiempos de Purísima. (El cohete significa un grito que nosotros lanzamos hacia el cielo donde no llega nuestra voz) .

### **Oferta y promoción de la tradición de La Purísima por parte del INTUR y las Tour Operadoras.**

Para saber si dentro de los planes del INTUR, está considerado el de promocionar las actividades culturales, se investigó la planeación y desarrollo de productos, así como la mercadotecnia a través de la promoción y comercialización de los mismos también se detallan las metas hacia las cuales deberán estar orientadas las Acciones.



#### Planeación y desarrollo de productos.

- Crear nuevos productos y destinos turísticos de calidad acordes con las tendencias del mercado.
- Promover las actividades turísticas de acuerdo con los principios del desarrollo sustentable, es decir con respeto del entorno natural y social.
- Establecer sistemas estadísticos y econométricos para el sector turístico.
- Terminar el proceso de Ordenamiento Territorial Turístico, de acuerdo al Sistema nacional de Zonas Especiales de Planeamiento y Desarrollo Turístico en función de lo estipulado por la Ley 306.
- Fortalecer el calendario de festivales y actividades socioculturales.

#### Acciones de planeación y desarrollo.

- Estudios de mercado, de identificación de sitios con potencial, de identificación de proyectos y de productos para el desarrollo del turismo alternativo.
- Elaboración de los planes y modelos de participación de las comunidades.
- Gestión de recursos para el financiamiento de las obras de los proyectos.
- Elaboración de guías y manuales técnicos de orientación.

#### Promoción y comercialización.

- Fortalecer los programas de promoción turística del país.
- Coordinación entre los sectores públicos y privados para la promoción de Nicaragua como destino turístico nacional e internacional.
- Desarrollar canales y herramientas de comercialización nacional y regional en el marco de la política de integración turística centroamericana.
- Favorecer la diversificación de los productos turísticos, tomando en cuenta la acelerada segmentación y especialización del mercado.

#### Acciones de Promoción.

- Establecimiento de campañas de promoción de los productos nicaragüenses hacia los mercados de Norteamérica, Europa y Centroamérica.
- Estudios de mercado para la evaluación de las campañas de promoción.
- Concretizar la participación centroamericana en el programa LIS de la Comunidad Europea.
- Asistencia a ferias turísticas y eventos especializados.
- Campaña para la utilización de la marca corporativa “CENTROAMÉRICA”.

#### Acciones de Comercialización.

- Posicionamiento de la marca corporativa “CENTROAMÉRICA” en el ámbito de comercialización.
- Promover la especialización y diversificación de Empresas Tour Operadoras Nicaragüenses, logrando la integración de los componentes de producción, promoción y comercialización.

Todas estas estrategias que se plantea el INTUR son necesarias debido a que la población debe ser la primera en estar consciente del desarrollo del turismo en nuestro país.

Sin embargo, el INTUR debe planificar midiendo los impactos de todas estas acciones, ya que el turismo tiene riesgos, tales como: aumento de la delincuencia, violencia, prostitución, factores que pueden surgir al incrementar la actividad turística en las ciudades. Por estas razones se debería cumplir con las políticas planteadas, como es el monitoreo regular de los impactos del turismo para tomar acciones correctivas.

Las estrategias del INTUR anteriormente expuestas, significarán un gran avance en materia de concienciar a la población desde temprana edad, esto es la base para la conservación del medio ambiente, tanto natural como cultural. Se deben de crear mecanismos de interpretación de la cultura, que difiere del hecho de la transmisión de información cultural.

La interpretación se debe de ofrecer a la sociedad, no basta con dar a conocer la información sobre los bienes culturales, sino de darles sentido; de manera que puedan ser comprensibles y asimilables.

El dar a conocer la cultura del propio país, es de gran beneficio, pues significa educación y a la vez es una motivación para realizar turismo interno. La interpretación de la cultura es muy importante ya que una vez que la población conozca el significado de los bienes culturales, se despertará el interés por visitarlos. En este proceso las campañas promocionales de turismo juegan un papel preponderante.

La interpretación de la cultura esta encaminada a la sensibilización del patrimonio cultural por parte de la sociedad, y es una gestión en la cual deben de estar involucradas principalmente las autoridades del INTUR, las Operadoras de viajes, el Instituto Nicaraguense de Cultura (INC), la Iglesia, inclusive el Ministerio de Educación.

Dentro del programa de circuitos turísticos del INTUR, en el marco del turismo alternativo, figuran las ciudades coloniales como Granada, El Viejo, León, y Managua que se reconocen como poseedoras de riqueza patrimonial e histórica y permiten ofrecer un producto turístico que promueva la cultura y patrimonio del país.

El INTUR dentro del plan de acción, estipula integrar a las ciudades coloniales de Nicaragua a las “Rutas Centroamericanas de Ciudades Coloniales”. Esto es de gran beneficio para el desarrollo y promoción de las actividades culturales en estas ciudades una de estas actividades puede ser las tradiciones de La Purísima.

### **1. Análisis Estadístico.**

Del 100% de las tour operadoras encuestadas, el 86.7 % tienen afiliación con tours operadoras internacionales, mientras que el 13.3% no poseen afiliación.

Resulta importante para la promoción de la tradición de La Purísima este dato, ya que por medio de estas tour operadoras internacionales se pueden ofertar a turistas étnicos y a turistas internacionales los paquetes de diciembre que incluyan estas festividades.

Tabla 1

**Tienen Afiliación o alianza con alguna tour operadora internacional**

	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	86.7
No	2	13.3
Total	15	100.0

El medio más utilizado y por ende el más importante para publicitar sus paquetes las tour Operadoras es el Internet en un 30%, seguido por las revistas en un 23.3%, las ferias internacionales en un 20.9 %, todas estas respuestas sin restarle importancia a otros medios como los folletos y las revistas.

Tabla 2

**¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES MEDIOS DE PUBLICIDAD QUE UTILIZA SU TOUR OPERADORA?**

Medios	Frecuencia	Porcentaje
En ferias	9	21.0
Internet	13	30.2
Brochures	5	11.6
ANTUR	1	2.3
Revistas	10	23.3
Periódicos	4	9.3
Radio	1	2.3
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>

Definitivamente el destino favorito de los turistas es Granada con un 31% de preferencia, después esta León con un 20%, le sigue Masaya con un 17%, Managua y Rivas con el mismo porcentaje de preferencia 6.7%. Considero importante señalar que Chinandega todavía no esta como destino favorito por que se está empezando a ofertar y promocionar como destino turístico.

Tabla 3

**DESTINOS FAVORITOS DE LOS TURISTAS QUE ARRIBAN A NICARAGUA**

<b>Departamento</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Granada	14	33.3
León	9	20.0
Ometepe	4	8.9
Masaya	8	17.8
Rivas	3	6.7
Chinandega	1	2.2
Río San Juan	2	4.4
Corn Island	1	2.2
Managua	3	6.7
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

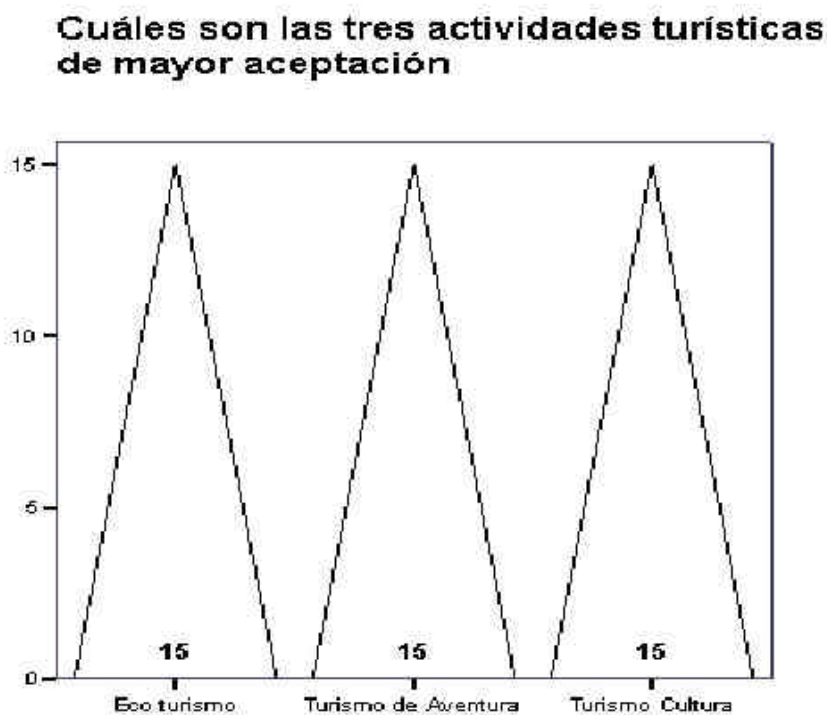
Ninguna actividad turística tiene mayor aceptación e importancia que otra, los resultados demuestran un 33.3% de igualdad, lo que indica que las tres actividades son importantes para poder ofertar Nicaragua como destino turístico ya que el producto que las tour Operadoras ofertan es una mezcla de todo, no les sería rentable especializarse solamente en promover una actividad, por que la demanda aún es muy poca en nuestro país.

Tabla 4

**¿CUÁLES SON LAS TRES ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE MAYOR ACEPTACIÓN?**

<b>Actividad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Eco turismo	15	33.3
Turismo de Aventura	15	33.3
Turismo Cultural	15	33.3
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

Gráfico 1



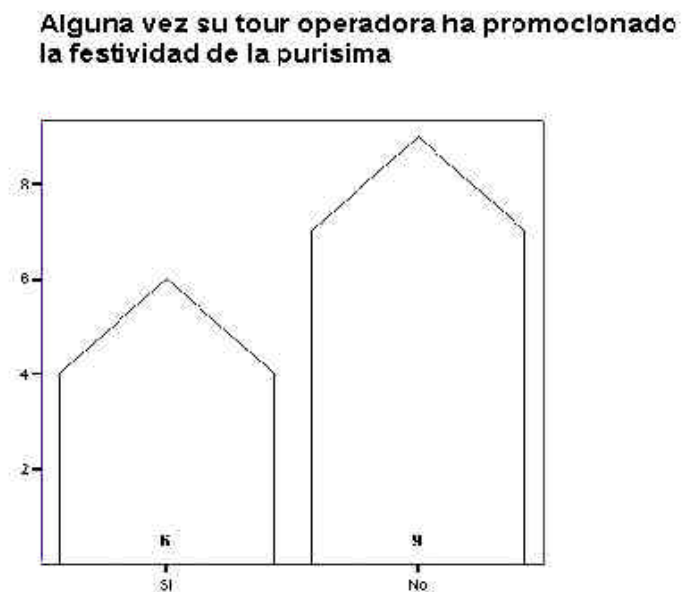
El 60 % de las tour operadoras todavía no han promocionado la tradición de La Purísima, sin embargo el 40% restante de las tour Operadoras alguna vez la han mencionado pero sin la promoción debida. Opinan que a partir de este año se podría ofertar por que están empezando a venir grupos de turistas que quieren mezclar turismo de placer con turismo cultural o religioso.

Tabla 5

**Alguna vez su tour operadora ha promocionado la festividad de la purisima**

	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	40.0
No	9	60.0
Total	15	100.0

Gráfico 2



A inicios del año con la Beatificación de Sor María Romero se ofreció un paquete en Granada que incluía las iglesias, las isletas, y la visita a la casa donde vivió Sor María, este paquete tuvo mucha aceptación. También una tour operadora ofreció una excursión a Ocotal, Nueva Segovia para visitar la Virgen de la Medalla Milagrosa, mencionaba el Gerente que esta actividad también fue muy interesante ofertarla.

Tabla 6

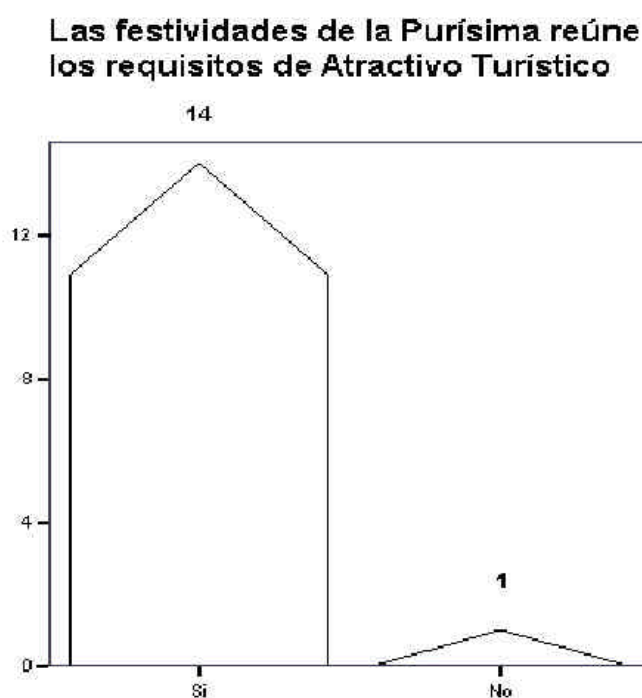
**Las festividades de la Purísima reúne los requisitos de Atractivo Turístico**

	Frecuencia	Porcentaje
Si	14	93.3
No	1	6.7
Total	15	100.0

Un porcentaje muy alto equivalente al 93.3 % de los encuestados afirma que la tradición de La Purísima reúne los requisitos para ser considerada potencialmente un atractivo turístico. Mientras que un 6.7% que equivale a la respuesta de un encuestado, que respondió negativamente a esta pregunta por no conocer la tradición de La Purísima, ya que es un extranjero residente en el país propietario de una tour operadora nueva en el mercado.

Lo anterior demuestra que las tour operadoras están conscientes de que la Purísima es un atractivo turístico, que se debería de ofertar.

Gráfico 3



El 53.3% de los encuestados respondió que los turistas no les habían solicitado paquetes que incluyeran La Purísima porque no tenían información de esta festividad en concreto, sin embargo un 46.7% respondió que si les solicitaban información pero de actividades culturales en general.



Tabla 7

**Los turistas internacionales han solicitado información o paquetes relacionado con la Purísima**

	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	46.7
No	8	53.3
Total	15	100.0

El 33.33% respondió que ofertarían León, un 28.6% respondió que Granada, el 16.7% respondió que Managua, seguido por Chinandega con un 14.3%. Masaya la ofertarían en la misma ruta de Granada.

Tabla 8

**Qué ruta turística ofertaría su tour operadora**

	Frecuencia	Porcentaje
León	14	33.3
Granada	12	28.6
El Viejo	6	14.3
Managua	7	16.7
Masaya	3	7.1
Total	42	100.0

El 73.33% piensa que no existe suficiente información turística de Nicaragua y sus atractivos, ya que el INTUR utiliza la mayor parte de su presupuesto en pagar sueldos a funcionarios y empleados, quedando muy poco dinero para invertirse en publicitar el país. El 20% restante piensa que existe material, pero no se puede distribuir por falta de presupuesto. Un 6.7% respondió que no sabía.

Tabla 9

**Considera que actualmente existe suficiente información turística y sus atractivos**

	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	20.0
No	11	73.3
No sabe	1	6.7
Total	15	100.0

El medio de publicidad más utilizado por los turistas es el Internet con un 35.9%, las agencias de viajes 20.5%, después los periódicos con 15.4%, las revistas con un 12.8% de utilización.

Tabla 10

**Cuáles son los medios de información que en la actualidad ocupan más los turistas**

	Frecuencia	Porcentaje
Amistades	4	10.3
Internet	14	35.9
Agencias de Viajes	8	20.5
Periódicos	6	15.4
Revistas	5	12.8
Ferias Internacionales	1	2.6
Televisión	1	2.6
Total	39	100.0

Las operadoras encuestadas opinan que el INTUR tiene un exceso de gastos en recursos humanos y que esos gastos se deberían de reducir para invertir más en publicidad para que la información turística se canalizara a todos los segmentos.

Como consumidores los turistas comparan el costo del tour o paquete turístico con los beneficios que estos le traen. Toman en cuenta factores como tiempo, recursos y el esfuerzo para tomar su decisión de compra valorando la experiencia, educación, diversión, relajamiento que recibirán a cambio de su inversión. Un gran sector de turistas que crece continuamente busca una experiencia distinta que esté acorde a sus gustos, necesidades y preferencias (experiencias en las comunidades receptoras, contacto con la naturaleza, cultura, actividades de reto físico, búsqueda de emociones fuertes, etc.)

Por tal razón los atractivos turísticos deben cuidarse para ofrecer algo de verdadera calidad para el turista, captando la atención de ese grupo, que cada ocasión va creciendo más buscando algo diferente, alternativo; algo que vaya más acorde con su personalidad y forma de vida.

Los destinos turísticos se venden bajo una tarifa o precio por pasajero por un servicio de viajes o un boleto para viajar, las tarifas dependen mucho si la temporada es alta (período de actividad o tráfico máximos durante el cual la disponibilidad es menor y las tarifas son mayores) o si la temporada es baja (período de actividad o tráfico durante el cual la disponibilidad es mayor y las tarifas son más bajas).

Bajo una tarifa se puede vender un *circuito* que es el itinerario programado para un turista en un país en el cual se realizan las reservaciones de hoteles, traslados, giras o “tours” con anticipación. Un itinerario es el programa que se le diseña al turista para sus visitas.<sup>11</sup>

## **2. F.O.D.A de la tradición de la festividad de La Purísima.**

Los resultados de la investigación han permitido tener una visión clara de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la tradición de La Purísima. A continuación se muestran para que sirvan como un instrumento preliminar a las instituciones del ramo, para el diseño e implementación de políticas y estrategias promocionales con el objeto de lograr que la tradición de la festividad de La Purísima sea incorporada como un atractivo importante en el menú de la oferta turística de nuestro país.

---

<sup>11</sup> Océano Uno, Diccionario Enciclopédico Ilustrado, Ediciones Océano, S.A., Edición 1991

### Fortalezas

- Tradición única en el mundo.
- Permite incluir esta tradición en excursiones o paquetes, para que sean más atractivos para el turista.
- Muestra la expresión de la fe católica de Nicaragua, por ser una tradición masiva.
- Muestra la expresión de la gastronomía nicaragüense.
- Belleza escénica.
- Arte decorativo a través del diseño y confección de altares.
- Transmisión de generación en generación.
- Mejor organización de la policía para garantizar la seguridad ciudadana bajo una estrategia denominada “Plan María”.

### Oportunidades

- Pertenece a la religión de mayor devoción en América Latina.
- Permite captar nuevos segmentos de mercados turísticos en Nicaragua para ampliar y complementar la oferta turística actual.
- Propicia el encuentro familiar llegando turistas locales y turistas en el exilio.
- Propicia la participación comunitaria e incentiva la “sana competencia” entre barrios, pueblos y, ciudades a través de los mejores diseños de altares.
- Generación de divisas para varios sectores incluyendo los más necesitados.
- Muchos de los atractivos culturales del país se encuentran precisamente en las ciudades de Granada, León, Managua.
- Creación de leyes que protegen y benefician las tradiciones del país a través del desarrollo de eventos culturales.
- La posición geográfica de las ciudades más importantes donde se da la tradición es estratégica. Gracias a la cercanía con Managua se facilita la accesibilidad y el potencial de desarrollo turístico en la zona.

### Debilidades

- La Purísima no es ofertada por el INTUR y las tours operadoras.

- No se ha promocionado lo suficiente.
- Atracción turística anual estacionaria.
- Afluencia de delincuentes y/o personas alcohólicas en algunas zonas.
- Ocurren accidentes con el mal manejo de la pólvora (juegos artificiales).
- No existe mucha información turística acerca de los atractivos culturales de Nicaragua.

#### Amenazas

- Los avances tecnológicos: estos hacen que la originalidad de los cantos, las flores, la “gorra” se pierda poco a poco con productos extranjeros no tradicionales como los globos, flores artificiales, etc.
- Debilitamiento de la tradición en las nuevas generaciones producto de la globalización.
- La polémica entre las diferentes creencias religiosas.

## CONCLUSIONES

- La tradición de la festividad de la Purísima en su esencia de devoción y fervor popular por la Inmaculada Concepción de la Santísima Virgen María, es una clara e indudable herencia española; más concretamente andaluza.
- La tradición de la festividad de La Purísima en su manera o forma de expresar y de realizar la devoción y ese fervor a la Inmaculada es original y auténticamente nicaraguenses. Esto se pudo comprobar cuando la agencia internacional de informaciones “Noticias Católicas” confirmó que las fiestas de La Purísima son propias y exclusivas de nuestra patria, no existiendo en ningún otro país del mundo, ni siquiera de los de Hispanoamérica con quienes tenemos las mismas raíces.
- Ha sido difícil precisar con rigurosa exactitud la ciudad y el tiempo en que se iniciaron los cultos populares a la Virgen, ya que estos aparecen desarrollándose simultáneamente en Nicaragua por la Orden Misionera de Frailes Franciscanos desde el siglo XVII (romerías de El Viejo) y desde principios del XVIII (La Purísima) en León a y Granada, adoptándose esta tradición en la ciudad de Managua en el año 1859.
- La Iglesia Católica puede convertirse en un aliado muy importante para la consolidación de estas fiestas en su proceso de convertirse en un atractivo turístico.
- La tradición de la festividad de La Purísima es atractiva para cualquier persona no necesariamente con afinidades religiosas o culturales. Esta festividad podría incentivar la sana competencia en concurso de altares o exposiciones de arte sacro. La algarabía que produce esta festividad llama la atención de cualquier turista.
- El primer contacto que el turista realiza para viajar, puede ser a través de los servicios de un Agente de Viajes o una Tour Operadora. Uno de los objetivos de esta monografía “Investigar si las tour operadoras ofertan y promueven la tradición de la festividad de La Purísima”, fué dirigido principalmente a estas empresas.

- Por el momento es preferible ofertar excursiones o paquetes que mezclen diferentes tipos de turismo con la festividad de La Purísima como atractivo complementario.
- Recientemente se le ha dado mayor importancia y por ende promoción al “ecoturismo”, y no se ha promocionado lo suficiente otros tipos de turismo como el cultural. Es recomendable que INTUR, tour operadoras, Iglesia, la Embajadas nicaraguenses, restaurantes típicos, aeropuerto, medios de comunicación, etc., contaran con videos, folletos, afiches y cualquier elemento publicitario que dé a conocer esta forma de tradición Mariana.
- Actualmente, los turistas que asisten a esta celebración demandan una cantidad de servicios turísticos necesarios para poder participar en la actividad. Si la demanda aumentara, traería mayor beneficio económico para las ciudades de El Viejo, Granada, León, y Managua.
- La viabilidad del desarrollo humano sustentable debe de tomar en cuenta la preservación de los recursos naturales, culturales y étnicos.
- El turismo es considerado de forma unánime como una de las principales actividades económicas contemporáneas. El turismo cultural, como parte de un nuevo producto turístico (Ocio- Patrimonio-Turismo), consiste en la búsqueda a través del turismo, de la memoria histórica y colectiva, la identidad y el enraizamiento cultural, las tradiciones y las creencias, el arte y la belleza.
- La diferencia fundamental entre turismo convencional y el turismo alternativo es que la actitud de cada uno es diferente respecto a los valores patrimoniales. El turismo convencional ( masivo) considera al patrimonio cultural como un medio para desarrollar la actividad turística y el turismo alternativo, de tipo cultural, lo considera como un fin en sí mismo: destino que amplía horizontes de comprensión y las formás de asimilarlos como parte constitutiva de la humanidad.

- Los intereses del turismo cultural implican la necesidad de contacto con aquellos que habitan en lugares diferentes a los nuestros: tradiciones, costumbres, y sus manifestaciones concretas. Es por ello que la promoción de La Purísima dentro del patrimonio cultural de las ciudades de El Viejo, Granada, León y Managua es muy importante para desarrollar la actividad turística de manera sostenible. El turista de motivación cultural es el más adecuado para estas ciudades por su mínimo impacto ambiental, sin embargo exige calidad, sobre todo en lo que se refiere a autenticidad y accesibilidad.
- El medio más importante para publicitar la festividad de La Purísima es el Internet, las agencias de viajes, los periódicos por que son los más utilizados por los turistas y las operadoras de viajes.
- Existe un plan de acción, el cual refleja las distintas estrategias que se realizaran este año para promocionar a Nicaragua como destino turístico, pero no hay un plan concreto de promoción para cada producto turístico.
- Las romerías y peregrinaciones religiosas son atractivos turísticos sumamente interesantes que todavía no se han contemplado ni promocionado dentro de las instituciones nacionales. Si bien La Purísima es una celebración estacionaria, se vuelve a celebrar en Agosto con la llamada “Gritería chiquita” festividad que abre un nuevo espacio para organizar paquetes que se pueden ofrecer cercanos a ese día.”



## **RECOMENDACIONES**

Es necesario encaminarse hacia un turismo sostenible manteniendo la herencia que nos dejaron nuestros antepasados, las tradiciones culturales, principalmente la religiosa la cual se debe de promover con mucho interés ya que es lo que va quedando en ciudades, aldeas, pueblos, en la buena memoria de los ancianos, en documentos antiguos, para que las nuevas generaciones no la olviden y se encarguen de promocionar lo que no nos pertenece, lo que no es de nuestro país. Con la promoción masificadora de la globalización se puede borrar de nuestras tradiciones y costumbres, nuestro propia y muy particular celebración.

Una vez realizada la investigación de este trabajo y analizando las debilidades institucionales y de promoción, se hacen las siguientes recomendaciones:

- Diseñar mecanismos para la coordinación y el trabajo conjunto de las instituciones públicas y privadas relacionadas con la actividad turística, para promocionar a Nicaragua y sus atractivos turísticos.
- Promover como oferta complementaria en las excursiones o paquetes del mes de diciembre, la festividad de la tradición de La Purísima como atractivo turístico.
- El segmento de mercado al cual estaría dirigida la oferta de la festividad de La Purísima es principalmente a europeos y centroamericanos, los primeros por su influencia mariana y los segundos por su cercanía geográfica además de su tradicional devoción a la virgen. De igual manera son importantes los norteamericanos por su relativa proximidad y alto poder adquisitivo.
- Por la naturaleza estacional de la festividad de la tradición de La Purísima, las actividades de promoción deberían de dar inicio varios meses antes de diciembre, con el fin de captar un volumen considerable de turistas.
- Preservar la tradición de La Purísima, manteniendo los elementos folklóricos que le dan autenticidad a la tradición.

- Estimular el estudio y divulgación de las tradiciones culturales como La Purísima desde la educación primaria.
- Desarrollar campañas para concientizar a la población respecto a la trascendencia que tienen los aspectos culturales, religiosos y educativos para el turismo y por tanto para la economía nacional.
- Las acciones de las personas que prestan los servicios turísticos deben brindarlos no por obligación o supervivencia, sino con el convencimiento y disposición que surge de la vocación de servicio, ya que esto se verá reflejado en la calidad de la atención al turista.
- Crear en el turista una cultura de aceptación de las tour operadoras como un medio facilitador para el acceso a cualquier servicio turístico y así se incremente el uso de estas empresas.
- Revisar el balance presupuestario del INTUR con miras a asignar montos mayores destinados a la inversión publicitaria del turismo cultural.
- Aprovechar las tendencias del turismo actual para crear circuitos religiosos. Concretamente se pueden ofertar las “Fiestas Religiosas de Centroamérica” y así contribuir a la promoción de la región como una sola marca y destino.
- Señalización con placas de los lugares tradicionales donde se celebra la festividad de La Purísima.
- Se ha concientizado muy poco a la sociedad de lo importante de promover esta tradición ya que el segmento de turismo religioso hasta ahora se esta valorizando, uno de los ejemplos de estas tendencias en nuestro país es la “Beatificación de Sor María Romero”. Dentro de este movimiento se podrían ofrecer peregrinaciones similares a las que se organizan para la Virgen de Lourdes y Fátima en Europa, en el caso de México la Virgen de Guadalupe.

## **BIBLIOGRAFIA**

- Arellano, Julio. La Prensa Literaria, Edición Bicultural, p.8. *La Purísima y su origen*. (2 de diciembre del 2000).
- Arens, William. *Publicidad*., Mc Graw-Hill (1999).
- A.E.C.I. Impacto del turismo. (1999),
- Acerenza, Miguel. (1997). p.116
- Arana, Huguette / Alaniz, Silvia. *Estudio de las tradiciones dancísticas dentro de las festividades patronales de San Jerónimo en Masaya, 2000*. Monografía.
- Buitrago, Edgardo. *Las Purísimas: sus formas y sus orígenes*. Edición Universidad Nacional. León, Nicaragua 1959.
- Cuadra, José Joaquín. *Síntesis de Nuestra Venerada Imagen de la Inmaculada Concepción (La Conchita)*. 1998
- Castillo Aida / Jiménez, Tania. *Fiesta Patronal del Pacífico de Nicaragua, 1997*. Monografía.
- Diccionario de la Real Academia Española.
- Diccionario Enciclopédico Ilustrado, Ediciones Océano, S.A., Edición 1991.
- Diccionario del uso del Español Nicaragüense, Academia Nicaragüense de la lengua, Edición 2001.p. 206
- Diario La Gaceta. Ley No. 298 *Ley Creadora del Instituto Nicaragüense de Turismo* 11 de agosto de 1998, Nicaragua.
- Diario La Gaceta. *Ley N° 306 Ley de Incentivos para la Industria Turística*.
- Flores, Fabiola / Ruiz, Jaqueline. *Principales Festividades Religiosas de algunos Departamentos y del Pacífico de Nicaragua*, (2001).
- Keppler, Otto. Editorial Prentice-Hall, IX Edición, (1998).
- López, Sergio. La Prensa Sección C, p.6. *Historia de la Virgen del Trono*. (2 de diciembre de 1997).
- Lineamientos Estratégicos para el Desarrollo del Sector Turístico (2002-2006).

- Mayorga, María/ Saenz, María/ Selva María. *Diagnóstico de los principales atractivos del departamento de León*. Monografía. (1999).
- Morales, Sandra/ Quezada, María. *Análisis de la estrategia de promoción del Instituto Nicaraguense de Turismo*. Monografía. (1998).
- Peña Hernández, Enrique. *Folcklore de Nicaragua*. Guatemala, C.A. Centro Impresor P.S, 3era edición., 1998, p. 408.
- Piura, Julio. *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. 3ra. Edición, 1995. p.131
- Plan Maestro para el Desarrollo Turístico de Nicaragua.
- Reglamento de las Operadoras de Viaje de Nicaragua.
- Rubio, Sánchez Manuel. *Historia de El Realejo*. (1975 )p. 845
- Salazar, Julio. *Nuestra Señora de la Concepción de El Viejo*
- Valle, Julio. *Las fiestas religiosas populares de Nicaragua*. Folleto. 1999.

## **GLOSARIO**

**Actividad Turística:** Incluye a un gran número de personas y representantes que se encargan de organizar, recibir y atender a los turistas antes, durante y después de la llegada al destino turístico, es decir, el lugar que acoge a los visitantes, el cual reúne elementos de naturaleza turística y no turística por igual necesarios, que por lo general son lugares reconocidos por su Atractivo Turístico.

**Atractivo Cultural:** Son elementos de valor histórico, arquitectónico, fiestas y folklore, costumbres, tradiciones, gastronomía, antropología, etc.

**Antropología Turística:** Parte de la antropología cultural y social que estudia e identifica los comportamientos del hombre en cuanto a ritos, hábitos, juegos, costumbres, instituciones, manifestaciones culturales, relacionadas con la actividad turística y con los aspectos etnológicos.

**Atuto:** Llevar a cuestas.

**Cultura:** Conjunto de conocimientos científicos literarios y artísticos adquiridos. Estructuras sociales, religiosas y de manifestaciones intelectuales, artísticas, etc, que caracterizan a una sociedad.

**Costumbre:** Comportamiento consagrado por el hábito. En un sentido más específico, conjunto de comportamientos convertidos en normativas, expresado a veces de forma metafórica por proverbios, sentencia, dictados o adagios. Manera de obrar establecida por un largo uso o adquirida por recepción de actos de la misma especie. Conjunto de indicadores y uso de personas, pueblos, etc.

**Calendario turístico:** Publicación que contiene en orden cronológico, los acontecimientos de interés turístico de un país, región o localidad en un período determinado.

**Circuitos turísticos:** Es el itinerario programado para un turista en un país en el cual se realizan las reservaciones de hoteles, traslados, giras o “tours” con anticipación.

**Demanda turística:** Flujo de turistas nacionales y extranjeros que demandan a través del esparcimiento el uso de la oferta turística existente.

**Devoción:** Factor motriz que mueve toda la tradición. Amor que manifiestan los hombres hacia Dios.

**Festividad:** Día festivo en que la Iglesia festeja algún misterio o un santo. Fiesta o solemnidad con que se celebra una cosa.

**Folklore:** Es el conjunto de creencias, costumbres y artesanías de un pueblo y sus tradiciones.

**Fam trips:** Viajes de familiarización con agentes de viajes y operadores de turismo.

**Fam press:** Viajes de familiarización con periodistas.

**Gorra:** Es como tradicionalmente se le llama a todo lo que se reparte en la festividad de La Purísima.

**Gritería:** Festividad con que culmina la novena de la Inmaculada Concepción, el día 7 de diciembre.

**Herencia:** Rasgos o circunstancias de índole cultural, social, económica, etc., que influyen en un momento histórico procedentes de otro momento anterior.

**Industria Turística:** El negocio que controla el turismo se llama Industria Turística que no es más que el conjunto de empresas interrelacionadas al servicio de los que viajan, tanto dentro de cada país como en el extranjero. Es la industria que se encarga de transportar, cuidar, alimentar y distraer a los turistas.

**Purísima:** es el nombre por el cual Nicaragua reconoce la absoluta y total limpieza en la persona de la Beata Virgen María.

**Promoción :** Conjunto de actividades y acciones propagandísticas a través de campañas publicitarias y de relaciones públicas para dar a conocer un producto o servicio en el mercado meta y conseguir más ventas del mismo entre la demanda.

**Recursos Turísticos:** El conjunto del patrimonio natural, cultural e histórico que posee un núcleo turístico ( pueblo, ciudad, región, o país) y que tiene un poder de atracción turística.

**Romería:** Viaje que se hace por devoción a un Santuario. Fiesta popular que se celebra en el campo inmediato a una hermita o Santuario.

**Reliquia:** Parte del cuerpo u objeto de un santo digno de veneración.

**Ramada, enramada:** Cobertizo de forma primitiva, hecha con varas y ramas.

**Salveque:** Bolsa de mano, bulto.

**Servicios Turísticos:** Los servicios turísticos son destinados a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad. En la actividad turística, existen diferentes servicios cuyo fin es asistir a los turistas incluso desde antes de viajar y hasta su regreso.

**Turismo Receptivo:** Se define como la recepci3n en nuestro pa3s de residentes en el extranjero que nos visitan de forma temporal.

**Turista Cultural:** Es aquella persona cuyo principal motivo para visitar un destino, es conocer su patrimonio hist3rico (calles, plazas, iglesias, museos, etc.), observar y participar de las costumbres, idiosincracia y modos de vida de la poblaci3n.

**Tradici3n:** Doctrinas, ritos, costumbres, etc., transmitidos de generaci3n en generaci3n.

**Tour operadora:** En general un tour operador es un mayorista en menor escala que est3 encargado de manejar los paquetes tur3sticos. Para brindar sus servicios esta empresa puede contratar su propio personal, promocionar sus paquetes, adquirir su propio equipo e instalaciones, o alquilar servicios de otras tour operadoras.

**Oferta Tur3stica:** Capacidad potencial de un pa3s en materia de recursos naturales, culturales y materiales a nivel tur3stico para venderse a nivel nacional o internacional.

## **ANEXOS**

1. Guía de observación.
2. Entrevistados y entrevistas.
3. Boleta de Encuestas a Tour Operadora.
4. Ley 306.
5. Reglamento de las Operadoras de Viajes de Nicaragua.
6. Mapa de Distribución de los atractivos turísticos.
7. Paquete turístico de la tradición de la festividad de La Purísima.



## **GUIA DE OBSERVACION**

- Inicio de la festividad de la tradición de La Purísima.
- Desarrollo de la festividad en las ciudades de El Viejo, Granada, León y Managua.
- Gastronomía.
- Actividades que se desarrollan durante la festividad.
- Turistas.

## ENTREVISTA

- ¿Qué elementos culturales se pueden promocionar de la tradición de La Purísima que sean de atractivo turístico?
- ¿Cuál es el origen y significado de La Purísima?
- ¿Qué tipo de turismo se observa en la tradición de La Purísima?
- ¿Cuál es la importancia de la tradición de La Purísima para el turismo y la Cultura Nacional?
- ¿Por qué no se le da suficiente promoción y publicidad a La Purísima?
- ¿Cuáles son los aspectos de la tradición de La Purísima aprovechables para el turismo?
- ¿Por qué no se oferta dentro de las excursiones o paquetes turísticos la tradición de La Purísima? ¿Cuáles son las instituciones encargadas en darle la debida promoción a La Purísima?
- ¿Se podría promover la Purísima en Managua?
- ¿Cuáles son los beneficios que deja la tradición de La Purísima a la localidad?

**ENTREVISTA: Doctor Edgardo Buitrago**  
Historiador

En la entrevista realizada al doctor Buitrago confirmaba “que toda expresión, toda forma de manifestación del alma popular de la manera de ser de un pueblo, es desde luego atractivo turístico explotable porque es un elemento folklórico muy particular. Sin embargo advertía que en el caso de La Purísima, no hay que perder de vista que es una forma de devoción popular religiosa, la fe no está en el comercio, no podemos decir que vamos a explotar turísticamente o sea comercialmente la fe de un pueblo porque las relaciones íntimas de nuestro pueblo con Dios no tienen precio; pero hay que tomar en cuenta que La Purísima es la más rica, la más expresiva, la más profunda, la más grande de todas las formas de religiosidad en Nicaragua. Esa manera de expresar el pueblo la religiosidad, esa manera de vivir el pueblo una devoción irradia alrededor de sí, una serie de expresiones artísticas.

Todo ese arte que irradia La Purísima es indiscutiblemente, manifestación popular del pueblo, por eso es que en las devociones populares tenemos que distinguir aunque no separar la forma esencial religiosa que es la devoción a la Inmaculada Concepción de María y luego la forma de irradiación artística en sus diferentes expresiones. Al turista hay que explicarle en que consiste la devoción, mucha gente confunde la maternidad virginal de María, con la Concepción de María que es el momento en que es concebida por sus padres, el 8 de diciembre, si contamos nueve meses después la Virgen nace concretamente el 8 de septiembre, lo que se proclama el 8 de diciembre no es la natividad de María es la Concepción de la Virgen que no tuvo mancha original desde el primer instante de su ser.

Los franciscanos proclamaron esta fe en Europa, antes de que el Vaticano proclamara dogma de fe, especialmente en Andalucía, España de una manera entusiasta y por eso se volcó en América ya que no solo en Nicaragua existe esa fe de devoción popular: la Virgen de Guadalupe se proclamó Inmaculada Concepción, la Virgen de Luján, patrona de Argentina es Inmaculada Concepción. Y esta raíz común hispanoamericana no le resta en nada importancia ni originalidad a nuestra Purísima, sino que por el contrario, porque demuestra la existencia en nuestro pueblo de algo muy propio y muy especial que permitió conservar estas costumbres y aún darle nueva expresión auténtica y particularmente nicaragüense, cuando en los otros pueblos se perdía para siempre.

Los franciscanos con su sentido de evangelización valiéndose precisamente del arte de la escenografía, de las canciones, de todas las manifestaciones que se expresaban en Nicaragua a la Virgen; comenzaron a promover esta fe a través de las novenas, las romerías, la gorra, para que la gente se acogiera con entusiasmo. Por eso es que La Purísima tiene una característica única en nuestro pueblo: es una fiesta de devoción plebiscitaria, de convocación al pueblo, para que este grite, diga y proclame que la Santísima Virgen María fue Concebida sin mancha de pecado original. No existe otra forma de religiosidad. Aquí los padres franciscanos promovieron tres focos de devoción mariana adquiriendo sus formas particulares: El Viejo a través de la romería; en Granada a través de la congregación de la gente por barrios para que participaran en las procesiones noche a noche y en León, que la convocación se hizo por familias, por la caracterización de los leoneses de ser individualistas, es por eso que se dice “en cada hogar un altar”. Pero dejaron la víspera para el 8 de diciembre, el día 7 para la realización de los altares para que la gente fuera de casa en casa proclamando su fe, ahí esta la forma plebiscitaria. Entonces esa forma leonesa de Gritería es la que se ha difundido por toda Nicaragua.

Expresaba el doctor Buitrago, si queremos mostrar al turista La Purísima tenemos que considerar la trascendencia que esto puede tener en la sociedad, primero en respetar al máximo la fe religiosa del pueblo a través del estudio de la devoción para poder explicarle al turista de que se trata lo que observa y también hay que saber estudiar la forma antropológica de irradiación de esta devoción popular en todas sus manifestaciones folklóricas de la idiosincrasia de nuestro pueblo, de la forma de carácter nacional y regional que adquirió esta tradición, ya que todo es de interés turístico que se debe explicar en conjunto y no aisladamente.”

**ENTREVISTA: Monseñor Eddy Montenegro**  
Vicario de la Pastoral

Monseñor Eddy Montenegro explicaba “que el Peregrino o Creyente que asiste a La Purísima a rendirle homenaje a la Virgen, tiene como propósito pagar una promesa, esta situación en muchos casos involucra la participación de jóvenes, niños, niñas y ancianos que demandan una cantidad de servicios turísticos necesarios para poder pernoctar en el lugar de la celebración de la Festividad Religiosa. Es interesante la trascendencia e importancia de esta celebración en toda la sociedad, porque Nicaragua para verlo desde la primera perspectiva podría resolver muchos problemas económicos y sociales que tenemos cuando el turismo se desarrolle.

Mencionaba el entrevistado el aspecto positivo del interés por algo que es el corazón mismo de la fe mariana de nuestro pueblo como es La Purísima, muy arraigada en el pueblo católico nicaragüense y que indiscutiblemente podría ser un gran factor para que la gente motivada en primer lugar por el turismo de Nicaragua; viniera al país, pues hay tantos nicaragüenses que viven en el extranjero y que pueden ser los agentes que promuevan e inviten a la gente a ver este aspecto tan particular de nuestro pueblo.”

El nicaragüense en medio de las dificultades todos los años obsequia a la gente. Es un gesto de bondad y a la humanidad le gusta ver cuando los pueblos reparten y comparten todo lo que se tiene del folklore.

La Purísima puede ser un factor importante para el turismo porque la Iglesia no vive separada del desarrollo de su pueblo. Esta forma de fe tan folklórica se puede ofertar para que otros pueblos conozcan la idiosincrasia religiosa de nuestro país.

Según el entrevistado La tradición de la festividad de La Purísima no se ha difundido por el retraso mismo en que hemos vivido, “acordate que hubo una guerra, terremotos, una política polarizada, todo eso ahuyenta al turista que le gusta ir a las celebraciones religiosas, preciso”.

**ENTREVISTA:** Licenciado Adán Gaitán  
Presidente de ANTUR

Asimismo el presidente de la Asociación Nicaraguense de Turismo Receptivo licenciado Adán Gaitán mencionaba “que la principal virtud del turismo es que no es algo inventado. La gente hoy en día viaja buscando principalmente lo autóctono, lo innato, lo que es puro; en el aspecto cultural, lo político, lo social, lo religioso. En el caso de La Purísima tiene una gran importancia dentro del turismo nacional e internacional. Voy a explicar acerca de esa definición de nacional e internacional: siempre tiene que pasar el turismo internacional por la parte nacional. Una vez que se tiene esa cultura turística y hay conciencia de las bellezas de Nicaragua que no solamente en paisajes y ecología, naturaleza, sino que también en celebraciones, servicio, gastronomía, entonces el turista internacional nos visitará, verá el entusiasmo nuestro y así se va a interesar.

El problema lógico que tenemos es que La Purísima es un tiempo corto dentro del calendario turístico, no por eso deja de tener su gran importancia como atractivo turístico, porque si bien es cierto que vender una excursión hacia Nicaragua que venga exclusivamente o que tenga como atractivo principal solamente La Purísima, es difícil; pero sí, cuando ocasionalmente hay visitantes tienen que estar conscientes, tiene que haber comunicación para explicarles: tenemos este acontecimiento, se llama La Purísima, se acompaña con otro tipo de celebraciones como la Gritería, entonces se le va dando importancia. Tal vez así algún día Nicaragua tenga una romería de extranjeros que estén viniendo.

Para que el turista participe en La Purísima se le debe de proveer de un guía que les va a hacer un recorrido por Masaya y Granada por ejemplo. Se le da una información por escrito al turista, sobre Nicaragua y sus atractivos y luego se le explica en que consiste la tradición de La Purísima.

La estrategia para promocionar cualquier producto turístico es igual pero en el caso de La Purísima tiene algo intrínsecamente diferente y cada producto turístico debe tener algo diferente: no creamos que solo La Purísima va a serlo todo, sino que es un conjunto.

En el caso particular de La Purísima lo que tenemos que comenzar nosotros los nicaragüenses es promocionarla. De esta manera nos daremos cuenta de que realmente es algo único desde el punto de vista cultural y religioso. Esto no es responsabilidad del Gobierno ni es la Iglesia Católica la llamada a mantener muy en alto la propaganda y la divulgación de esta celebración. No, somos nosotros los que nos llamamos fieles por un lado y somos nosotros los que nos llamamos empresarios turísticos, los encargados de promover esta festividad.

Porque yo como operador turístico tengo que promover y ofertar cada uno de los elementos turísticos de nuestra cultura y de nuestra sociedad, porque si en diciembre yo puedo vender Purísima, en marzo y abril puedo vender Semana Santa, en mayo puedo vender día de las madres y así sucesivamente en diferentes épocas puedo vender una actividad diferente. La Iglesia Católica hace el esfuerzo por promover estas festividades religiosas pero somos nosotros los feligreses los que tenemos que valorarlas.

Sin embargo en Nicaragua no se les da la debida importancia a estas festividades porque la iglesia Católica hace lo suyo dentro de sus templos, el Instituto de Cultura o los colegios hacen lo suyo dentro de sus instituciones y los Tour Operadores y los empresarios que podemos hacer más todavía propagandizando esa celebración y muchas otras, no nos hemos damos cuenta de que hay dinero de por medio. Y hablo de dinero bien ganado porque es un servicio, porque si alguien quiere ver cómodamente un espectáculo va a pagar por una silla, va a pagar por un refresco, eso no es aprovecharse.

Somos nosotros los operadores de turismo los empresarios turísticos los que debemos de a presentarle al INTUR esta actividad religiosa, cultural, social que atrae turismo y que es importante promoverla para nuestro país.

Entonces el INTUR nos podrá brindar el apoyo necesario. Somos nosotros los operadores de turismo los que vamos a manejar los grupos que vendrían a ver las celebraciones de este tipo, los llamados a hacer esos folletos y videos, y pedirle apoyo al Instituto de que nos ayude con mayor divulgación.”

**ENTREVISTA:** Licenciado Bayardo García.

Director de Eventos y Festividades del INTUR.

En la entrevista realizada al licenciado García, se conversó sobre el caso particular de la promoción de la tradición de La Purísima ofertada en los intermediarios de mayor poder en el mercado las tour Operadoras:

“La tradición de La Purísima forma parte de la oferta turística de Nicaragua pero hay que institucionalizarla y calendarizarla para poderse promocionar en conjunto con las tour operadoras, como parte de la oferta que se promoció al exterior, sobre todo en dos focos principales: León por que ahí nacieron las Purísimas clásicas, el repartir obsequios a cada ciudadano y Granada por la originalidad de las procesiones en cada barrio que no solo se dan el 7 de diciembre sino días antes. Las fechas de esta celebración están fijas por lo tanto se necesitaría hacer programas para proporcionárselos al turista, similar al de la Semana Santa en León con la exhibición de alfombras.

El segmento de mercado al que esta dirigida esta tradición es al turismo religioso. Como es una tradición muy Nicaragüense habría que darle mucha divulgación previa y mezclarla con otro tipo de actividades como aventura, sol y playa, para que se pueda ofertar en un paquete interesante de varios días. Cabe incluir en este paquete la ciudad de El Viejo para observar la lavada de la plata del 6 de diciembre. Se pueden juntar Granada, el Viejo y León. No se descartaría como opción la ciudad de Managua ya que hay algunos barrios interesantes como Monseñor Lezcano, Linda Vista, la Centroamérica que durante el 7 de diciembre ofrecen una interesante oferta de Gritería por la variedad de altares.

Opina el entrevistado que La tradición de La Purísima se podría promocionar en el internet, principalmente se puede ofrecer a países centroamericanos por la influencia mariana y la cercanía con Nicaragua.

En los otros países es más difícil, solamente que se les ofreciera a nicaragüenses residentes en el extranjero. Esta tradición puede fomentar el turismo interno porque hay muchos ciudadanos que se interesarían por venir a las Purísimas más tradicionales de Nicaragua, mezclándolas con otros tipos de atractivos que se les pudieran ofrecer como las isletas de Granada o Poneloya, además en estas ciudades hay mucha oferta hotelera pequeña interesante para el turista nacional.”



Opina que las fiestas religiosas en general son poco publicitadas, por mencionar algunas se habla por ejemplo de la semana santa en Ciudad Antigua Guatemala, también la gente va a Sevilla pero han pasado promoviéndolas en los últimos 10 años Nicaragua comienza a darse cuenta que la industria “sin chimenea” como le llaman al turismo, es un aspecto que hay que tratar de darle forma para que produzca mayor inversión, tengamos mayores entradas de dinero y podamos levantar la calidad de vida de nuestro pueblo.

# LA TRADICION DE LA PURISIMA COMO OFERTA TURISTICA EN NICARAGUA

## ENTREVISTAS A TOUR OPERADORAS DE MANAGUA

Nombre del Encuestado:\_\_\_\_\_

Cargo:\_\_\_\_\_ Edad:\_\_\_\_\_ Profesión:\_\_\_\_\_

Años de Experiencia:\_\_\_\_\_

1. ¿Cuándo inició operaciones esta empresa?

\_\_\_\_\_

2. Tiene afiliación o alianza con alguna tour operadora internacional?

Si\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

3. ¿Cuáles son los principales medios de publicidad que utiliza su tour operadora?

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. ¿Señale cuáles son los tres destinos turísticos favoritos que visitan los turistas que llegan a Nicaragua en los primeros días del mes de Diciembre?

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

5. ¿Indique cuáles son las tres actividades turísticas que tienen mayor aceptación por parte de los turistas al visitar el país en los primeros días de diciembre?

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

6. ¿Alguna vez su tour operadora ha promocionado la festividad de La Purísima?

Si\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

7. Según su opinión, las festividades de La Purísima reúnen requisitos para ser consideradas como atractivo turístico?

Si\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

8. Tiene conocimiento si los turistas internacionales han estado interesados en solicitar información relacionada con este tipo de festividades? (Purísima).

Si\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

(si la respuesta es Si. Qué cantidad aproximada por año le solicitan?)

#\_\_\_\_\_

9. ¿Qué ruta turística ofertaría su tour operadora para esta festividad? (Purísima)

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

10. Considera que actualmente existe suficiente información turística sobre Nicaragua sus atractivos turísticos?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ No sabe \_\_\_\_\_

11. ¿Cuáles son los medios de información que en la actualidad ocupan más los turistas?

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

Anexos



Anexos de esta Monografía

Favor consulte en Biblioteca de Universidad Americana

**PAQUETE TURISTICO DE LA PURISIMA.  
6 Días / 5 Noches.**

¡Nicaragua, cultura y tradición!

**ITINERARIO:**

Día No.1 (4 de diciembre). Managua- Masaya- Granada.

- Recepción en el Aeropuerto Internacional de Managua.
- Traslado a la ciudad de Granada.
- Visita al Parque Nacional Volcán Masaya.
- City Tour por Masaya con visita al Mercado de Artesanías.
- Paseo por los Pueblos Blancos y el Mirador de Catarina.
- Alojamiento en el Hotel La Casona de Los Estrada.
- Noche libre.

Día No 2 (5 de diciembre). Granada- Las Isletas.

- Desayuno.
- Paseo en lancha por las Isletas del Gran Lago.
- Almuerzo en las Isletas.
- City tour por Granada finalizando con la procesión de la Virgen de la Inmaculada Concepción “La Conchita”.
- Regreso al Hotel.

Día No. 3 (6 de diciembre). Granada- El Viejo - León.

- Desayuno.
- Salida del Hotel para trasladarse a la ciudad de El Viejo.
- Visita a la ciudad de El Viejo y la festividad de la Virgen del Trono (Lavada de la Plata) en la Basílica de la Inmaculada Concepción de María.
- Visita al Ingenio San Antonio.
- Traslado a la ciudad de León.
- Alojamiento en el Hotel “El Convento”.
- Noche libre.

Día No 4 (7 de diciembre) León.

- Desayuno.
- Mañana libre.
- City tour para observar las principales Iglesias de León y visitar los principales museos leoneses museo archivo “Rubén Darío”, museo “Ortíz Gurdian” y al museo de “Mitos y Leyendas”.

- Culminación del city tour en la Catedral de León para esperar “La Gritería”.
- Recorrido por los diferentes altares de La Purísima que adornan la ciudad.
- Fogata en la Playa de Poneloya. (Opcional).

Día No. 5 (8 de diciembre).

- Desayuno.
- A media mañana salida del Hotel hacia la ciudad de León Viejo.
- Parada en La Paz Centro con tiempo libre para comprar atesanías,.
- Regreso a la ciudad de Managua.
- Visita a las Huellas de Acahualinca.
- Alojamiento en el “Hotel Brandt”
- City tour por Managua.
- Traslado a un rezo privado para celebrar “La Concepción de María” en Managua.

Día No. 6 (9 de diciembre).

- Desayuno
- Traslado al Aeropuerto.
- Fin de los servicios.

INCLUYE:

- Transporte durante todo el recorrido en vehículo con a/c y conductor.
- Cinco desayunos.
- Cinco noches de alojamiento en Hoteles en habitación doble.
- Guía turístico bilingüe.
- Recorrido en lancha y traslado a la Isla.
- Almuerzo campestre en la isleta.
- Entrada al Parque Nacional Volcán Masaya.
- Entrada a los museos.
- City tour detallados en el programa.

Precio por persona ...USD\$520.00

Mínimo: 4 personas.

## DESCRIPCION DE VISITAS.

Visita al Parque Nacional Volcán Masaya, para ascender al cráter, caminar por sus senderos naturales, observar los picos de los otros volcanes y visitar su museo.

Comprar una pieza artesanal en el Mercado de Masaya. Parar por los pueblos blancos.

Llegar al Mirador de Catarina y contemplar la Laguna de Apoyo, finalizará el recorrido en Granada, una de las ciudades más antiguas en tierra firme del continente Americano.

Observar las calles de Granada, visitar sus templos, sus museos. Recorrido a través de sus 360 bellas isletas en el lago de Nicaragua, además de disfrutar de un almuerzo al natural en una isleta. Posteriormente regresar a la ciudad para participar en la procesión en honor a “La Conchita”, la Virgen de los granadinos.

El 6 de diciembre se saldrá muy temprano a la ciudad de El Viejo, Chinandega se podrá divisar la Cordillera de los Maribios, compuesta por varios volcanes de diferentes aspectos, mucho de los cuales se encuentran activos. Disfrutar de la Romería y la “Lavada de la Plata” en la cual se podrá apreciar la colección de objetos de plata y la Virgen de El Trono Patrona de Nicaragua. Además de conocer la fábrica del famoso ron Flor de Caña y los ingenios azucareros en Chichigalpa, se partirá hacia León disfrutando del paisaje.

Visita a la ciudad de León fue la capital de Nicaragua durante el período colonial hasta 1857 y ciudad académica de Nicaragua por tradición. En esta ciudad también se encuentran numerosos edificios coloniales, habrá un recorrido por las iglesias, sus museos y finalmente esperar la “Ceremonia del grito” que da inicio a “La Gritería” del 7 de diciembre. Se disfrutará de algo verdaderamente inolvidable, el recorrido por los diferentes altares de la ciudad.

Todavía hay más, en una de las playas más famosas del Pacífico, Poneloya a 20 kilómetros de León, donde se disfrutará de una fogata al ritmo de chicheros (músicos que conforman una banda de instrumentos de viento y percusión).

Al día siguiente a media mañana se partirá hacia Managua para visitar las ruinas de León Viejo ubicadas frente al Volcán Momotombo declaradas por la UNESCO Patrimonio de la humanidad. Continuar el recorrido pasando por La Paz Centro para comer un riquísimo “Quesillo” y poder comprar alguna artesanía de este lugar. Llegar a Managua y visitar las Huellas de Acahualinca testimonio de la presencia humana en las tierras de Managua desde hace más de 6000 años. Alojarse en el hotel para tomar un pequeño descanso y conocer por la tarde el antiguo centro de Managua, el Malecón de Managua, el Teatro Nacional Rubén Darío, la Antigua Catedral, el Palacio de la Cultura y las nuevas oficinas de gobierno.

Para finalizar este tour mariano, se ofrecerá la opción de participar en un rezo privado para celebrar el día de “La Concepción de María” en la capital.